Franchise WORLD

2018 SEPTEMBER - Vol.36

Cover Story

최저임금 인상,후유증 심각 ...
업계는 반발, 정부는 대책마련 분주

Special Report

산업통상자원부, 연내 가맹사업 진흥 위한 2019년 시행계획 수립 조기 착수

한국프랜차이즈協, 10.18~20 '2018년 제1회 프랜차이즈 산업 주간' 개최

Guide Post

세계 최고 포화·최저임금 직격탄 2020년 폐업 대란설…연착륙 유도·구조조정 시급

People & Company

㈜뷰쎄 **신용진** 대표

RE/MAX Korea **신희성** 대표

www.franchiseworld.kr
ISSN 2586-0658
부수인증매체 한국ABC협회

KFA
Korea Franchise Association

해마로

Les Fermes Cavendish Farms®

캐나다 청정농장으로부터
당신의 식탁까지,
고품질 냉동감자를
해마로푸드서비스㈜ 가
제공합니다.

GAP인증을 받은 농부의 감자로만 생산합니다.
국제 표준 식품 인증을 받은 공장에서 생산합니다.
국제 식품 위생 기준 마크를 획득하여 안전합니다.

해마로푸드서비스㈜ 포테이토사업팀 서울시 강동구 성내로 6길 11 삼원타워 6층
Tel : 02-418-8884 | Email : cavendish@haimarrow.co.kr | Web : food.haimarrow.co.kr

ENE(주)이엔이
ENVIRONMENT & ENERGY

아연水
물을 바꾸면 몸이 달라집니다

우리 몸의 70%를 차지하는 물,
물을 바꿔야 건강해집니다.

필수미네랄 아연을 이온화시켜
공급해주는 **ENSoo**로
우리 가족의 건강을 지켜주세요

제조원 : ENE (주)이앤이 T.1522-2910 한국총판 : 이엔水 T.1588-6520 전국지사 및 대리점 모집

국가대표 식품자동포장기

Enterpack®

깔끔하게!
안전하게!
편리하게!

식품 포장,판매 프랜차이즈의 든든한 파트너!!

주요 고객사

대표번호 031-434-9020

www.enterline.co.kr

NSF: National Sanitation Foundation, 미국 위생협회 승인

www.enterline.com

YOUR SUCCESS, OUR COMMITMENT
당신의 성공은 우리의 사명입니다.

I'M XEOHAIR

XEO HAIR

세련된 기술과 친절한 서비스 / 가족과 같은 편안함 / 분위기있는 매장이 당신곁에 있습니다. 수준 높은 교육을 이수한 제오의 전문 디자이너와 만나십시오. 만나는 순간 또 다른 나를 발견합니다. 내안에 숨겨진 나만의 아름다움을 전문 디자이너가 찾아드립니다. 우수한 서비스 / 고급 제품 / 수준 높게 훈련되어진 디자이너들에 의해 시술되어지는 제오의 스타일은 고객님들의 다양한 기대와 욕구를 충족시켜 드립니다.

가맹문의 및 교육문의	02.541.4547 / 02.518.1691

제오헤어 : www.xeohair.com

www.facebook.com/XeoHair.korea @xeofp_official blog.naver.com/xeohair001

SUNPLAZA

"다수의 사업분야에 진출 하고 있는 외식 창업 토탈 서비스 제공"

썬프라자는 오랜 기술과 노하우를 바탕으로 호텔, 리조트, 군부대, 관공서, 프랜차이즈, 단체급식장 등의 상업용 주방용품과 설비를 성공적으로 수행해 온 외식 창업 토탈전문기업 입니다.

• 사업분야

- ▶ 업소용 주방설비도소매 및 제조
- ▶ 업소용 주방용품 및 잡화류 일체
- ▶ 업소용 그릇 (도자기, 엘라민 등 일체)
- ▶ 외식 프랜차이즈 납품전문 (PB화 제작가능)
- ▶ 단체급식, 관공서, 학교, 군부대, 교회, 호텔, 부페, 식당 납품전문 (조달청 등록업체)
- ▶ 외식업 창업지원 컨설팅 (주방, 인테리어, 도면제작, 인허가 사항 등)

• 썬프라자 만의 남다른 경쟁력

- ▶ 조달청(나라장터)등록 업체로 공신력 있는 제조 및 물품 구매대행 서비스 제공
- ▶ 프랜차이즈 납품 전문 프로세스 구축 (본사만의 특화상품 개발, 발굴 / PB화 가능)
- ▶ 도면 무료견적 서비스
- ▶ 학교, 관공서 후불제 시스템도입
- ▶ 브랜드 메뉴에 맞는 주방용품 & 설비제안
- ▶ 인테리어 업무 공유로 최적의 주방시스템 구축가능
- ▶ 중고 주방기기 매입 및 철거 서비스 제공
- ▶ 기성 제품을 원하는 형태로 변형제작 서비스
- ▶ 주방용품, 주방설비, 의탁자, 붙박이 까지 제작 설치가능
- ▶ 전국단위 실시간 납품시스템구축(제주도, 울릉도 등)

썬-프라자
NEW START-UP

경기도 광주시 오포읍 독산동길 43(매산리)
TEL : 070-5003-3990~94 / FAX : 031-768-9779

괜찮은 키오스크를 찾으시나요?

인건비 부담은 낮추고
매출은 올리는 현명한 선택!!

성진 키오스크의 가치

제작–생산–판매–A/S까지 고객맞춤컨설팅
최상의 제품을 저비용으로 제공해드립니다.

성진 키오스크의 기술력

벤처기업인증 및 기업부설연구소를 통해
25년 노하우를 가진 키오스크 연구팀이
차별화된 키오스크를 제공해드립니다.

성진 키오스크의 솔루션

고객 니즈를 담아 최적화된 [자체개발 외식전문 포스프로그램]을
기반으로 맞춤형 키오스크 프로그램을 운영합니다.

똑똑한
성진에이에스
키오스크 포스로

업무 효율은 Up

인건비는 Down

(주)성진에이에스

서울시 강남구 일원로3길 87 성진빌딩 | www.sjpos.co.kr | 1588–6631

자체개발 IRIS POS 프로그램 운영 / 기업부설연구소 보유 / 벤처기업 / 프랜차이즈시스템 구축 / POS / KIOSK / 신용카드단말기 / 모바일 (Web, APP) / 세무회계컨설팅

가맹관련 공정거래 사건 해결 및 권익향상에 앞장서는

공정거래 특화로펌

종합법률사무소 公正(공정)

황보 윤 대표변호사

- 공정거래조정원 위원
- 금융감독원 제재심의/분쟁 조정위원
- 서울중앙지법 조정 위원
- 김&장 변호사
- 공정거래위원회 심판총괄담당관
- 공정거래위원회 법무담당관/약관심사관
- 부산동부지검 검사(22기)

장득수 고문

- 공정거래조정위회 규제개혁작업단 단장
- 공정거래조정위회 시장감시정책과장
- 공정거래조정위회 독점정책과 총괄 서기관
- 공정거래조정위회 경쟁 촉진과 총괄 서기관
- 공정거래조정위회 유통거래과 서기관

대표 변호사 황보 윤

공정거래위원회 출신 1호 변호사

공정거래위원회, 검찰 및 대형 로펌 등 다양한 경험을 바탕으로 각 분야 변호사 및 전문가와 함께
가맹관련 공정거래사건 등의 해결을 위해 최선을 다하는 **종합법률사무소 공정**

분쟁해결을 위한 현명한 선택 -
종합법률사무소 **'공정'**이 있습니다

公正 공정거래 특화 | 가맹사업 분쟁 | 공정위 대응

종합법률사무소 公正
HWANGBO & PARTNERS LAW FIRM

서울시 서초구 서초대로 50길8 관정빌딩 5층(우06645) **TEL** : 02-598-6000 **E-mail** : law-keeper@naver.com(부설:가맹사업 분쟁 연구소)

한식에 대한 새로운 발상

국내최초 3색요리시대

사월에 보리밥과 쭈꾸미

마음껏 보리비빔밥
얼큰미나리칼국수
수제함흥비빔냉면

사월에 보리밥 메뉴 **7,700**원

마음껏 보리비빔밥
쭈꾸미볶음
고르곤졸라피자
수제함흥물냉면

사월에 쭈꾸미 메뉴 **9,900**원

밥 반찬 중심의 평범한 한식이 아닙니다.
한식도 요리처럼, 1가지 메뉴에 '3색 요리'를 즐길 수 있는 초가성비 요리한식~
사월에 보리밥과 쭈꾸미로 성공창업을 시작하세요.

✓ 사월에 보리밥과 쭈꾸미의 핵심경쟁력

- 풀잎채 20년 한식의 노하우를 담다
- 쭈꾸미+피자+냉면을 한번에 즐기는 3색 요리 초가성비 메뉴경쟁력
- 보리밥+쭈꾸미, 고수익 명콤비의 만남
- 푸드코트식 셀프배식 셀프퇴식으로 20%의 혁신적인 인건비 실현

풀잎채

가맹 문의
070-4640-0973

자연의 건강함을 맛보리
사월에 보리밥과 쭈꾸미

Panasonic

100th Anniversary

100주년 기념 100만원 보상판매

시원찮은 안마의자, 시원하게 바꾸세요

그동안 사용하시던 안마의자에 만족하지 못하셨다면 이번 기회에 파나소닉의 프리미엄 안마의자로 바꿔보세요
창립 100주년을 맞이하여 자사제품 뿐 아니라 타사제품도 반납 시, 100만원 보상받으실 수 있는 기회를 제공해 드리고 있습니다
이제, 프리미엄 안마의자로 격이 다른 휴식을 경험하시고 프로골퍼 박인비, 유소연과 특별한 라운딩 기회도 누리세요

[절찬 판매 중]
NEW REAL PRO

단순한 롤러가 아닌 마사지 전문가의 발 마사지 기법을 완벽하게 재현한 **파나소닉 리얼프로** [EP-MAJ7 Black & Ivory]

꾸준히 사랑받는 안마의자
83年
선진안마기술 집약체

Healthcare Leading Company

박인비 & 유소연 선수와 함께하는 골 프 라 운 딩

파나소닉 고객초청 프로암 대회

기　　간 : 2018년 8월 15일 (수) ~ 9월 30일 (일)
행사내용 : MAJ7, MA73, MA31 구매 고객 중, 당첨자에 한해 박인비/유소연 선수와 각각 1홀씩 라운딩 기회 부여 (신청자 중, 추첨을 통해 100분으로 한정하여 초대)
대회일정 : 10월 11일 (목) AM 11:00~ 예정
장　　소 : 엘리시안강촌 컨트리클럽

100만원 보상판매 이벤트

기　　간 : 2018년 8월 15일 (수) ~ 9월 30일 (일)
행사내용 : 당사 판매 전 상품 대상 MAJ7, MA73, MA31 구매 고객 중 기존 안마의자를 가지고 계신 고객이 사용하시던 제품을 반납하면 100만원 할인된 가격으로 구매가능
대　　상 : 안마의자는 자사/타사 관계없이 가능하며 기능 및 외관을 불문하고 보상판매 가능

판매점 | 전국 파나소닉 공식 대리점 / 전국 유명 백화점 및 대형 전자제품 전문점에서 절찬 판매중 ■ 파나소닉 코리아 고객 상담실 1588-8452 ■ 파나소닉 코리아 홈페이지 http://panasonic.kr

파나소닉 프라자 서초 본점 (02)542-8452 서울시 서초대로 254 오퓨런스빌딩 LL층 | 파나소닉 유원프라자 (02)567-8452 서울시 강남구 역삼로 229 | 파나소닉 HM프라자 (02)755-8452 서울시 중구 남대문로 47l 18~7 2층 | 파나소닉 광안프라자 (051)759-8452 부산시 수영구 광남로 127 1층 | 파나소닉 동아프라자 (053)427-3794 대구시 북구 유통단지로 45 진자관 1층 294호 | 파나소닉 대전프라자 (042)223-8452 대전시 서구 계룡로 367번길 110 | 파나소닉 수성프라자 (053)424-8452 대구시 중구 명덕로 55길 25 상가 102호 | 파나소닉 중인프라자 (051)255-0300 부산시 중구 광복로 95-2 | 파나소닉 영성프라자 (051)633-8452 부산시 동구 자성로 10 | 파나소닉 HD프라자 (062)522-2000 광주시 북구 금남로 24 | 파나소닉 제주프라자 (064)75-8452 제주시 구남동 4길, 3 2층

간편하게 구강관리 하세요!

건강한 치아와 잇몸을 위한 구강케어 솔루션

구강세정기 제트워셔 EW1411

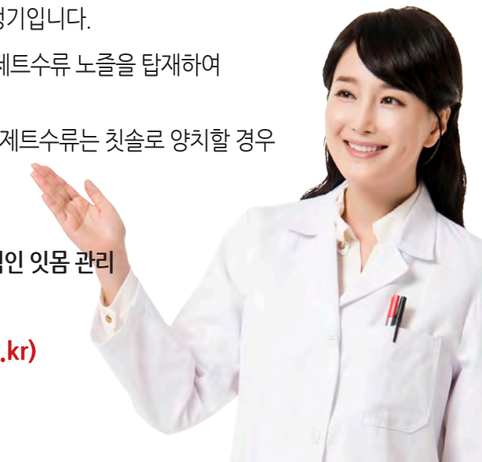
우리나라 전체 국민의 80% 이상이 차갑고 단 음식 등의 섭취로 인한
충치, 치주염 등의 구강질환을 가지고 있습니다.

생각보다 어려운 구강관리를 혼자서도 쉽고 간편하게 **셀프 구강관리가 가능**한

파나소닉의 초음파 구강 세정기 제트워셔

구강세정기 제트워셔 EW1411의 특징

- 독자적인 **초음파 제트수류(Ultra sonic stream) 기술**을 새롭게 적용한 구강세정기입니다.
- 6.6kgf/ cm^2 압력 분사의 강력한 제트수류와 수류의 압력을 높여주는 초음파 제트수류 노즐을 탑재하여 더욱 강력하고 **효과적인 치간, 치주 포켓 세정이 가능**합니니다.
- 파나소닉 구강세정기 제트워셔 EW1411은 분당 약 1,600회 분사되는 강력한 제트수류는 칫솔로 양치할 경우 **닿기 어려운 치아 사이 사이의 이물질을 강력하고 깔끔하게 씻어**냅니다.
- **치간, 잇몸, 치주 포켓의 3중 구강케어**에도 매우 효과적
- 수압 조절 기능은 공기 방울과 함께 사용자의 잇몸을 부드럽게 자극하여 **효과적인 잇몸 관리**



파나소닉코리아 공식 홈페이지(http://www.panasonic.co.kr)

디자인가구 아르푸 Arfu FRANCHISE FURNITURE

아르푸는 2000년에 설립한 KTA의 브랜드이며, 정직과 신뢰를 바탕으로 한
국내 최대 규모의 프랜차이즈(창업가구) 주문제작가구 회사입니다.

창 업 가 구	숙 박 가 구	주 문 제 작
프랜차이즈	호 텔	관 공 서
카 페	모 텔	전 시 장
음 식 점	펜 션	병 원
레 스 토 랑	리 조 트	컨 벤 션
편 집 샵	고 시 원	연 회 장
헤 어 샵	산후조리원	인테리어가구

SHOW ROOM

FACTORY

중국 직영공장

한국 직영공장

베트남 직영공장

KTA GROUP

KTA 한국TA | T.O.P 탑오픽 FURNITURE | Arfu 아르푸 | Factory KTA CHINA | Factory KTA VINA

디자인가구 아르푸 Arfu FRANCHISE FURNITURE

대표이사 황은주

PORTFOLIO

쇼룸 서울 강남구 학동로 11길 6 (주)에땅빌딩 1층 아르푸
본사 경기도 남양주시 화도읍 녹촌로 106번길 62

SITE www.arfu.co.kr
TEL 1577.6190 FAX 02.540.1083

경기동부여성경제인협회 | INNOBIZ 기술혁신형중소기업 | 일자리우수기업 | 특허청 | 벤처확인기업 VENTURECOMPANY

www.tostembakery.com

앞서가는 베이커리를 위한 최적의 베이킹 시스템

토탈베이커리 시스템이 함께 합니다.

유럽 최고의 베이커리 전문 브랜드와 함께하는 (주)토탈베이커리시스템은
고객이 원하는 최적의 시스템을 완성하여 드립니다.

고품격 베이커리 시스템을 요구하는 호텔 및 레스토랑, 베이커리, 양산 및 준양산 공장, 학교, 캐터링 등에서 전문적인 기술로 신뢰받는 (주)토탈베이커리시스템이 다양하고 선진화된 최상의 시스템을 제공하여 드리겠습니다.

최신 시스템의 컨설팅에서 부터 설계, 장비까지 완벽하게 제공하여 드리는 토탈베이커리시스템으로 앞서가는 베이커리를 위한 최상의 파트너가 되겠습니다.

■버티컬 믹서 전문 브랜드 (덴마크)			■스파이럴 믹서 전문 브랜드(이태리)		
■디바이더 라운더 전문 브랜드(네덜란드)			■자동디바이더 라운더기 전문 브랜드(이태리)		
■ 초코렛 제조기 전문 브랜드(이태리)			■페스츄리 및 제빵라인 전문 브랜드(독일)		
■ 쿠키데포지터 전문 브랜드(이태리)			■오븐 전문 브랜드(독일)		

NAVER 토탈베이커리시스템

TOSTEM 앞서가는 베이커리의 파트너
(주)토탈베이커리시스템 TOTAL BAKERY SYSTEM Co., LTD

서울시 동작구 노량진로 23가길 16, 5층
Tel. 02)3443-8744(代) Fax. 02)3443-8746

VENIX Food Service Equipment

PROFESSIONAL COMBI MASTER & BAKERY OVEN

VENICE STYLE, EMOTION & INNOVATION

■ 커스터마이징 디자인 & 로고
고객 커스터마이징 상품 제공.
(기계 성능, 오븐 디자인, 로고, 쿠킹레시피 제공)

VENIX는 전세계적으로 오븐 장비와 쿡&칠러(Cook&Chiller) 시장에 탄탄한 경험을 구축하고 있으며, 혁신적인 비즈니스 프로젝트를 지원하는 것을 원칙으로 합니다. 천년의 역사를 가지고 있는 베네치아의 창의력,예술가 정신을 바탕으로 발명, 발견, 국제 무역으로 세계와 소통을 하고 있습니다. 베닉스는 혁신적인 정신 위에 "베네치아 상인들"의 오랜 역사적, 문화적 바탕에 뿌리를 두고 비즈니스를 수행하는 제조 기반의 회사입니다.

|주|베닉스코리아 상담문의 : 02-848-8856

www.venixkorea.com

GEOSUNG CHICKEN
거성치킨 맛있다!

거성! 치킨을 인지하다

거성치킨 대한민국 최저가 창업지원 이벤트!(홀+배달)

- 인테리어 평당 90만원 (평당150만원→90만원)
- 가맹비 500만원 → 200만원
- 교육비 200만원 →100만원
- 거래보증금 200만원 → 100만원
- 무이자대출 3,000만원
- 월로열티 평생면제!

▶총 창업비용 : 3,450만원

거성치킨의 차별화된 경쟁력!

- 상권, 입지, 고객층에 따라 1:1 맞춤식 창업 프로그램 운영
- 물류공급가격 연동제 시스템 운영
- 동종업계 최저수준의 물류공급가격
- 물류센터 1일 배송시스템
- 20년 프랜차이즈 경험과 노하우
- 하자보수 이행증권 의무발행

거성치킨 소자본 배달전문매장 창업 지원 이벤트 본사창업비 : 535만원

서울 사당점 학동점 강남점 서울숲푸르지오점 답십리점 혜화점 미아점 고대종암점 망원점 신림점 영등포점 오류점 당산점 **경기** 김포운양점 소사본동점 부천삼정점 부천약대점 양평역점 금정역점 용인죽전점 안양일번가점 파주와동점 범박점 **인천** 영종하늘도시점 청라점 당하점 간석점 동인천점 **기타** 부산명지점 부산좌동점 부산대연점 제주노형점 제주아라점 제주연동점 대포항점 대구평화시장점 거제옥포점

이수푸드빌 LISU Foodvill

가맹점 문의 02-586-2994

하이트진로

시원함이 활짝!
EXTRA COLD

경고 : 지나친 음주는 뇌졸중, 기억력 손상이나 치매를 유발합니다. 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.

창업!

누구나
할 수 있지만
누구나 성공하진
못합니다!

CHICKEN & BEER & PLATE

치킨이 맛있다!

바보스 babos

창업문의
1588 5592

외식프랜차이즈그룹 FOODYSAY babos http://www.babos.co.kr

서울특별시 동작구 사당동 1044-4 정석빌딩 4층 Tel : +82.2.454.9291 Fax : +82.2.220.9241
JeongSeok B/D 4F, 1044-4, Sadang-dong, Dongjak_gu, Seoul, Korea 07025

경고:지나친 음주는 뇌졸중, 기억력손상이나 치매를 유발합니다. • 임신 중 음주는 기형아 출생 위험을 높입니다.

브랜드 전환 및 신규 창업을 위한 금융지원 프로그램

오피스디포 본사가 제공하는

임차보증금 지원 프로그램

임차보증금 지원 프로그램이란?
소매시장 진출 시 우수한 상권에서
중대형 매장을 임차하는 것을 지원하기 위해,
✔ **오피스디포 본사에서 임차보증금을 지원**하는 프로그램

지원대상	✔ 브랜드 전환 또는 2호점 오픈을 희망하는 경우 ✔ 신규 창업을 희망하는 경우
지원규모	1억 ~ 1.5억 원
지원방식	오피스디포 본사와 임대인이 임대차 계약을 체결한 이후에, 신규 가맹점과 오피스디포 본사가 전대차 계약을 체결하는 방식으로 지원

개설지역 찾기 → 심사 및 승인 → 임대차 계약 → 전대차 계약 → 매장오픈

- 개설지역 찾기: 매장오픈 가능지역 찾기
- 심사 및 승인: 본사 심사 후 실사 및 승인
- 임대차 계약: 본사와 임대인이 임대차 계약 체결
- 전대차 계약: 신규 가맹점과 본사가 전대차 계약 체결
- 매장오픈: 오피스디포 매장 오픈

오피스디포와 신한은행이 함께하는

신한은행 프랜차이즈론

프랜차이즈론이란?
신한은행과 협약이 체결된 우량 프랜차이즈 본사와 계약하는
가맹점주에게 제공되는 혜택으로서
✔ **신규 창업 희망자**에게는 창업 자금을,
✔ **기존 매장에**는 운영 자금을 대출해주는 상품

지원규모	최대 1억 원
적용금리	최저 3.64% (개인 신용도에 따라 변동될 수 있습니다.)

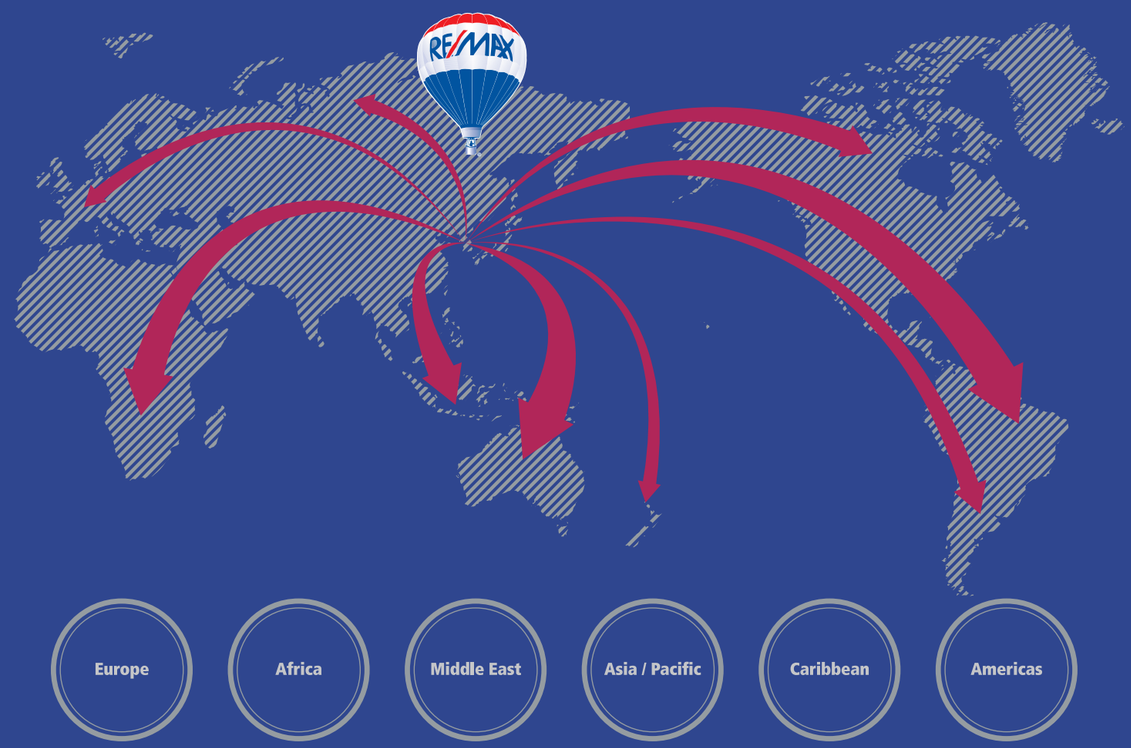
자금용도

✔ 신규가맹점	✔ 기존가맹점
임차보증금이나 인테리어, 기계 & 기구 구입비	매장 리모델링이나 물품 구매 등과 같은 운영 자금

※ 신한은행 대환대출 상담 프로그램 :
프랜차이즈론 협약 체결을 바탕으로, 기존 가맹점 대표에게 현재보다 더 많은 금액 및 더 저렴한 금리로 변경 가능한 대환대출 상담 프로그램을 제공함

세계 최대의 글로벌 부동산 네트워크

[전세계 100여 개국 7500여개의 오피스 총 11만여 명의 부동산 에이전트]



RE/MAX는 이런 가맹점주님을 모십니다

체계적이고 시스템화된 중개업소 운영을 원하시는 분

경쟁력있는 중개업소 운영을 원하시는 분

선진적인 해외 부동산 비지니스에 관심이 있는 분

RE/MAX Korea

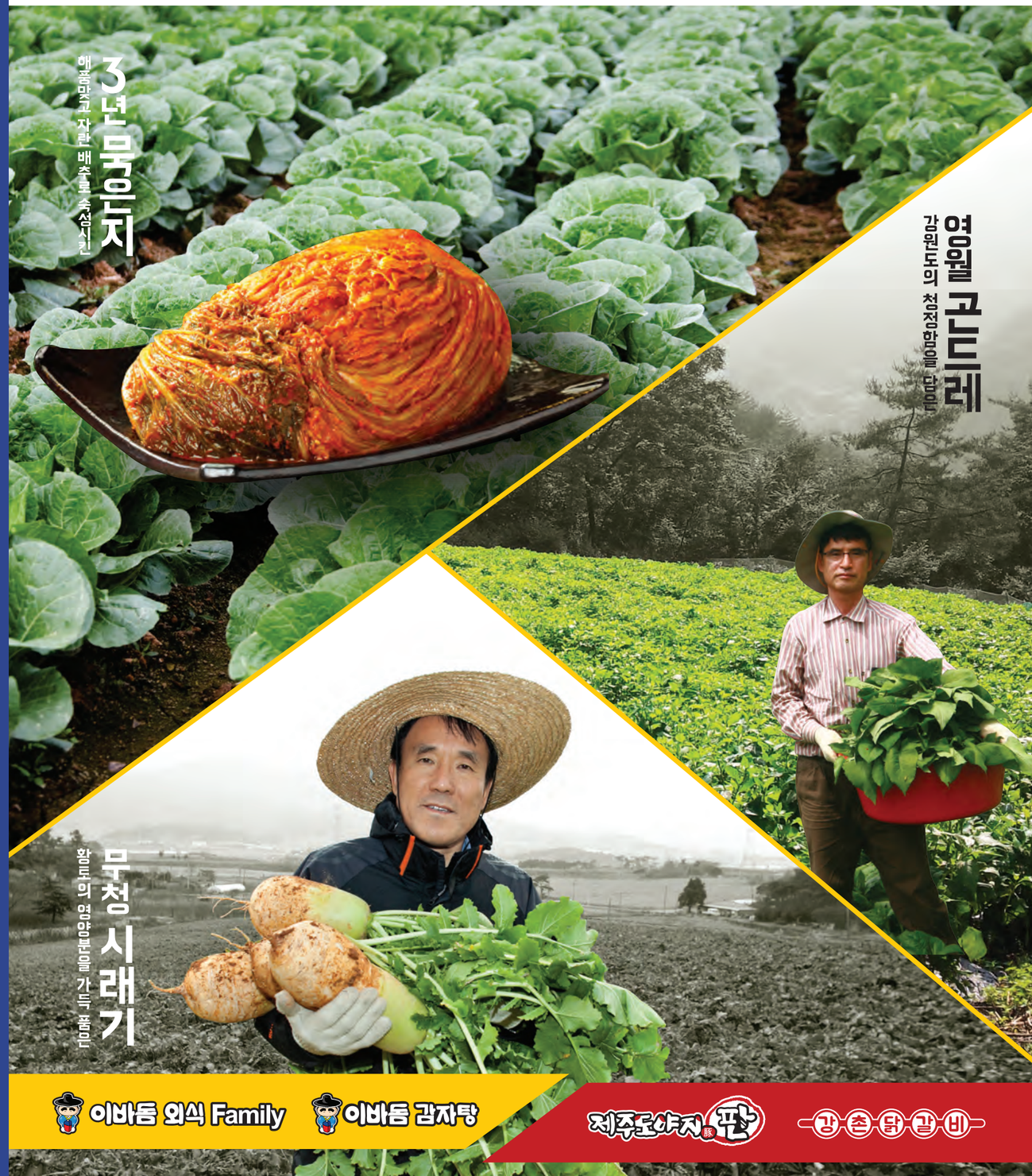
가맹문의 : 02 588 0220 remaxkorea.co.kr / e-mail : franchise@remax.co.kr

서울특별시 강남구 테헤란로 132 (역삼동, 한독빌딩 13층)

132, Teheran-ro, Gangnam-gu, Seoul, Korea [각 가맹점은 독립적으로 소유 운영합니다.]

백년이 지나도 변하지 않는 **세월의 깊은 맛**은 **우리땅**에서

정성들여 키운 **건강식재료** 덕분입니다.



가현택스
GTAX ALLIANCE

(주)조세데이터연구소
GTAX ALLIANCE

원가는 널뛰고
임대료는 내려오는 일이없고
인건비는 대폭 올라갈 예정입니다.

외 식 업
키오스크로 인건비를 줄이거나

봉 사 료
도입을 통해

절세방법
찾을 수 있습니다.

가현택스 대표세무사 최인용
상담문의 : 02)555-5025 www.gtax.kr

글로벌 비즈니스 파트너,
친환경 디지털 복합기 렌탈 전문기업

The Best Value
Certified by Gyeonggi Province
경기도유망중소기업

(주)보스테크

디지털 복합기 분야,
최고의 재제조 Recycling 기술로
㈜보스렌탈는 저렴한 비용과
높은 효율성의 디지털 복합기 렌탈서비스와
친환경 자원재생 Total Solution을 선사해드립니다

고객만족 렌탈 서비스

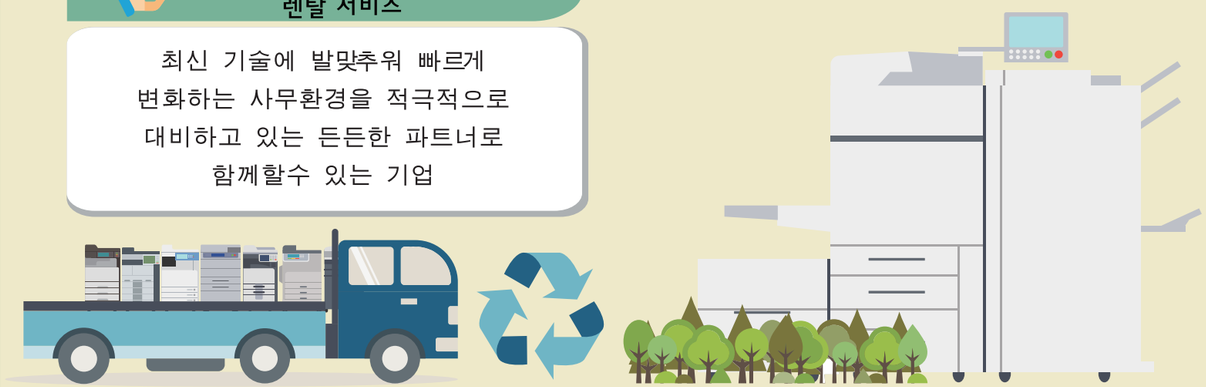
납품 및 설치후 카운터 자동 검토,
에러나 종이 걸림, 토너 잔량등의
정보를 원격시스템 통해 복구
지원제공 또한 해피콜을 이용한
다양한 고객의 소리 모니터링및 접수

친환경적 렌탈 서비스

국내에서 렌탈 기한 만료한 디지털
복합기를 체계적으로 회수하여 인도,
인도네시아등 동남아에 수출하는등
세계적인 추세인 산업 폐기물 제로를
실천하는 친환경 자원순환 기업

든든한 비즈니스 파트너로의 렌탈 서비스

최신 기술에 발맞추워 빠르게
변화하는 사무환경을 적극적으로
대비하고 있는 든든한 파트너로
함께할수 있는 기업



㈜보스렌탈는 제재조 제품과 함께 신제품 렌탈서비스도 제공해드립니다.

2017 대한민국 녹색에너지 우수기업대상 / 2018 경기도유망중소기업 선정
경기도 하남시 감북로 54 ㈜보스렌탈 I 02-472-6544 I www.ebosstech.com

BOSSTECH

코리안바베큐
KOREAN BARBECUE

우수프랜차이즈

20년간 정직과 신뢰의 치킨정신으로
대한민국 최고의 롱런브랜드로 이끌다!

**코리안바베큐는 실전 경험을 통한
안정적인 노하우를 바탕으로
독창성과 특유의 기술로 가맹점
매출 향상에 기여하는
독보적인 사업임을 자부합니다.**

전속모델
양 준 혁

**코리안바베큐의
파트너를 모십니다.
080-208-9292**

인테리어의 품격

디자인 · 제작 · 시공

여러군데 갈 필요 없이 한번에

Design · Interior · Sign 전문기업

INFINNO 인피노

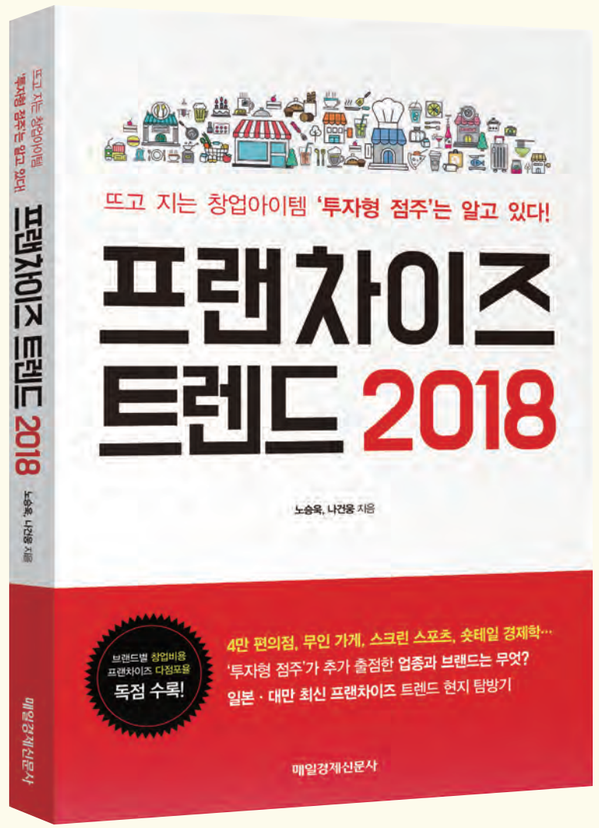
본사 / 서울특별시 양천구 신월로 356
공장 / 경기도 파주시 탄현면 가시내길 18

상담문의 010-2368-0818
02-2642-0362

2018년 가장 잘 나갈 프랜차이즈는?

대박가게 점주들만 아는 뜨고 지는 창업 아이템 대공개!

- 면적당 매출로 계산한 잘 되는 프랜차이즈
- 내 돈으로 할 만한 프랜차이즈 분석
- 인건비를 줄이는 프랜차이즈 운영법
- 불법 영업이 많은 푸드트럭의 속사정
- 4차산업혁명이 자영업에 끼치는 영향
- 일본, 대만의 프랜차이즈 트렌드는?



올 한 해 프랜차이즈 흥망성쇠와 2018년 유망 프랜차이즈를 알려주는 〈프랜차이즈 트렌드 2018〉! 이 책의 무기는 창업 전문 기자들이 다년간 쌓아온 데이터인 '다점포율'이다. 다점포율은 점주 한 명이 2개 이상의 점포를 운영하는 것을 반영한 지수로, 자영업자들이 선호하는 브랜드가 무엇인지 쉽게 이해할 수 있다. 다점포율 외에도 브랜드별 창업 비용과 마케팅 기법, 4차 산업혁명시대 창업 아이디어도 제시해 자영업자들에게 보다 다양한 선택지를 제공한다.

노승욱, 나건웅 지음 | 15,000원 | 매일경제신문사

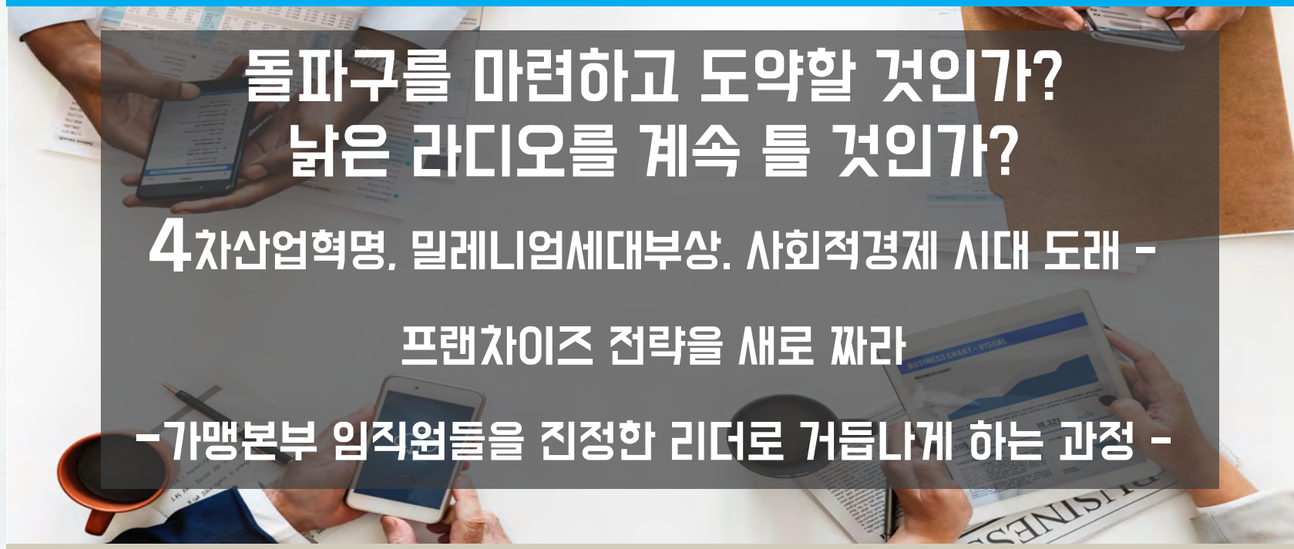
100% 천연펄프로 환경친화적이고 인체에 무해한 최고급 펄프원단을 사용하여
식탁의 문화를 선도하는 냅킨을 제조 유통하고 있습니다.

제품의뢰 — 컨설팅 — 디자인 — 인쇄 — 패킹 및 적재 — 납품

주소 : 경기도 고양시 일산동구 은마길63번길7 Tel : 031-977-6810 Fax : 031-977-6825
품목 : 인쇄냅킨, 디너냅킨, 해동지, 테이블밴킨, 핸드타올, 점보롤 E-mail : 7booming@naver.com

송림특수제지

프랜차이즈 5.0 리더 과정 1기 모집



돌파구를 마련하고 도약할 것인가?
낡은 라디오를 계속 틀 것인가?

4차산업혁명, 밀레니엄세대부상, 사회적경제 시대 도래 -

프랜차이즈 전략을 새로 짜라

-가맹본부 임직원들을 진정한 리더로 거듭나게 하는 과정 -

기대효과

4차산업혁명의 변화 리더
리스크매니지먼트 시스템 구축
강력한 브랜드 구축과 모바일 마케팅
존경받고 사랑받는 상생 기업
관계기반 플랫폼과 오픈이노베이션

교육내용 ▴FC 5.0의특징과 경영전략 ▴1000개가맹점을 위한 슈퍼바이징 코칭 ▴5.0마케팅전략-스몰빅회사를 위한 브랜드전략 ▴모바일마케팅 ▴에픽마케팅과 콘텐츠 ▴가맹계약패키지 ▴시스템과 법률리스크 ▴상권지각변동시대 출점전략 ▴초저마진 시대 구매고도화 ▴블록체인시대의 FC와 IT경영 ▴전략적리스크관리메뉴얼 ▴이익공유시대 상생제도 기획 ▴가맹점주 기업가정신 육성 매뉴얼 ▴외식 선진화를 위한 사이언스 ▴프랜차이즈 성장세미나 ▴메타머천다이징과 브랜딩

대상 프랜차이즈 가맹본부 임직원/프랜차이즈 사업 진출 희망 자영업자

일시 2018.9.11~11.13/ 화요일 17:00~22:00
2018.11.24~12.15/ 토요일 9:00~13:00 (총 56시간)

교육비 150만원(부가세 별도)

주최 : KFA 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association 주관 : BUZA.biz 한국창업전략연구소

Franchise WORLD Vol.36

CONTENTS 2018 SEPTEMBER

THE LETTER FROM PRESIDENT

035 박기영 협회장 인사말

037 이진창 발행인 인사말

COVER STORY

038 최저임금인상, 후유증 심각… 업계는 반발, 정부는 대책마련 분주

042 당정, 소상공인·자영업자 지원 대책 발표

SPECIAL REPORT

044 산업통상자원부, 연내 가맹사업 진흥 위한 2019년 시행계획 수립 조기 착수

046 한국프랜차이즈協, 10.18~20 '2018 제1회 프랜차이즈산업주간' 개최

050 2018코리아세일페스타, "이제는 프랜차이즈 축제다!"

052 한국프랜차이즈協, '2018정기임원연석회의' 성료

055 한국프랜차이즈協, 전국가맹점주협의회·경민넷 등 기자회견에 대한 입장문

THEME INFORMATION_
GOVERNMENT ORGAN NEWS

056 국세청, 자영업자·소상공인 세무부담 축소 및 세정지원 대책 추진
공정위, 가맹사업법 시행령 개정안
문체부, 8월23일부터 공연권 행사범위 확대 시행
국회 정무위, 하반기 원 구성 완료

PEOPLE & COMPANY

058 ㈜뷰쎄 신용진 대표_미용 인재 양성& 미용 기술 세계화 앞장!

062 리맥스코리아 신희성 대표_한국 부동산 시장의 변화와 혁신을 이끌어 갑니다!

GUIDE POST

066 위기의 편의점_세계 최고 포화·최저임금 직격탄

070 글로벌트렌드_국가·문화·경제 및 생활양식에 따른 소비자마케팅의 변화

072 가맹사업법_ 영업지역의 침해행위 관련 유의사항

주최 | KFA 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association

주관 | coex Reed Exhibitions

2018 하반기
프랜차이즈 서울
2018.10.18-20 I 코엑스

2018
프랜차이즈 부산
2018.11.29-12.1 I 벡스코

• 부스 조기 마감으로 인한 전시장 확대 오픈 •

국내외 프랜차이즈 산업을 대표하는 참가업체들의 뜨거운 반응으로
부스 신청이 조기 마감되어 전시장 규모를 확대 오픈합니다.

마스터프랜차이지 초청, 풍성한 브랜드와 전문 세미나, 전문적인 서비스로
업계 트랜드를 선도하는 대한민국 최대규모 프랜차이즈 창업 전시회
'프랜차이즈 서울/부산', 부스 참가 문의를 서둘러주세요!

참가대상
외식, 도소매, 서비스, 컨설팅, 유통설비 등 창업관련 모든 아이템

전시규모
서울 300 업체 600 부스 | 부산 100 업체 250 부스

참가문의 프랜차이즈 서울/부산 사무국 E ifs_info@naver.com W www.ifskorea.co.kr

Franchise WORLD Vol.36

CONTENTS 2018 SEPTEMBER

BRAND HILIGHT

074 브랜드 탐방_사월에보리밥과쭈꾸미

076 브랜드뉴스_짐보리/맘스터치/㈜크린토피아/㈜바늘이야기/돈까스클럽/㈜김家네/풀잎채/장수돌침대/말자네약속다방/샤브보트/죽이야기/파리바게뜨/와바탭하우스/꾼노리/㈜CJ푸드빌뚜레쥬르/네네치킨/얌샘김밥/피자에땅/해피브릿지협동조합/원앤원㈜/티바두마리치킨/㈜디딤연안식당/커피베이/㈜KGC인삼공사/남다른 감자탕/교촌치킨/㈜피자알볼로/지호한방삼계탕/60계치킨/쥬씨/못된고양이/토프레소

COLUMN

084 **법률/김종무 변호사**
- 가맹점주의 경업금지의무 위반에 대처하는 방법

086 **세무/최인용 세무사**
- 가족 간 부동산 무상임대 시 유의사항

088 **마케팅/장재남 원장**
- 가맹점의 생산성을 높이기 위한 전략

090 **노무/이금구 노무사**
- 최저임금과 주휴수당 논란

092 **인테리어/이상권 건축가**
- 프랜차이즈 인테리어 리모델링 첫걸음

ASSOCIATION NEWS

094 Hot Issue

MOVEMENTS

100 협회소식

MEMBERSHIP

102 지회소식

"활발한 기업활동으로 일자리 창출과 경기 선순환 도모하는 구조가 조성돼야"

한국프랜차이즈산업협회장
박 기 영

하월비상(夏月飛霜)이라는 사자성어가 있습니다. 여름철에도 서리가 내린다는 말인데 중국 하(夏)나라의 걸왕(桀王)이나 주(周)나라의 유왕(幽王)의 치세가 가혹했던 데에서 유래한 말입니다. 올해 여름은 뜨거웠던 1994년의 여름을 넘어 기상관측 111년 역사상 최악의 폭염이 쏟아진 기록적인 여름으로 남았습니다. 하지만 7월과 8월 잇따라 들려온 비보(悲報)는 우리 프랜차이즈 업계에 그 어느 때보다 추웠던 여름을 가져다 주었습니다.

7월 14일 최저임금위원회는 2019년 최저임금을 올해보다 10.9% 올린 8350원으로 결정했습니다. 올해 최저임금이 7,530원으로 지난해 대비 무려 16.4% 가까이 오른 데에 이어 2년 연속 두자릿수 상승률이 확정되면서 2년새 무려 30% 가까이 상승하게 된 것입니다.

올해 초만해도 최저임금 대폭 인상의 효과를 조금 더 지켜보고 판단하자는 분위기가 형성되기도 했습니다. 어차피 대선공약이자 새 정부가 의욕적으로 추진하는 정책이라 별다른 방도도 없었고, 각종 당근을 지원해 주겠다는 발표도 동반되었기 때문에 혹시나 하는 수밖에 없었던 것도 맞습니다.

하지만 실낱같은 희망은 한두달 만에 즉시 악몽으로 바뀌었습니다. 수 많은 가맹점사업자들이 폐업과 가격 인상, 근로자 해고를 할 수밖에 없는 상황이 속출했습니다. 그런데도 내년 최저임금 역시 두 자릿수 비율로 인상된다고 하니 여기저기서 곡소리가 들리는 것도 당연합니다.

더욱이 정부는 생계 유지를 위해 일선에서 고군분투하시는 가맹점사업자들의 부담을 완화시킨다면서 엉뚱한 곳에서 그 해결책을 찾고 있습니다.

7월 16일 공정위는 마치 가맹본부들때문에 가맹점사업자들의 어려움이 가중되는 것처럼 갑자기 가맹본부들을 조사하겠다고 언급했고, 8월 22일 정부와 여당은 소상공인 자영업자 지원대책을 발표하면서 광고판촉시 사전동의 의무화, 가맹본부의 가맹계약 즉시해지 제한, 가맹점사업자의 위약금 부담 완화와 같은 가맹사업법 및 시행령 개정사항들을 포함하며 사태의 근본을 호도하고 있습니다.

국회 역시 분위기는 대동소이합니다. 정작 가장 핵심인 최저임금 인상 속도조절 또는 업종별 차등적용 등의 직접적 해결책은 수 많은 자영업자들과 업계의 요구에도 불구하고 전혀 고려될 기미가 보이지 않습니다.

자영업자들이 가장 원하는 것은 소득주도성장도 아니고 알맹이가 빠진 나열식 지원책도 아닙니다. 바로 '장사가 잘 되는 것'입니다. 모든 문제는 장사가 잘 되지 않기 때문에 발생합니다. 각종 규제가 넘쳐날수록 기업 및 자영업자들의 사업 의지는 꺾이고 일자리와 급여는 오히려 줄어드는 하향 평준화만 초래할 뿐입니다. 많은 기업들이 활발하게 기업활동을 전개하고 이에 따라 창출되는 일자리를 통해 경기가 선순환되는 구조가 조성될 수 있도록 힘써 주시기를 정부와 국회에 간곡하게 당부드립니다.

프랜차이즈월드 제 36호 / 2018년 9월호

발 행 처	한국프랜차이즈산업협회
기 획 · 제 작	(주)KFN(한국프랜차이즈산업신문)
주 소	서울특별시 서초구 서초대로 248 월헌빌딩
대 표 메 일	kfn1991@naver.com
광 고 문 의	02-556-7889
보 도 자 료	Webhard(ID:kfn1991, PW:1991)
취재·구독문의	02-556-7889 (**구독료** 10,000원/권)
인 쇄	(주)근아인쇄(02-2279-1430)
판 매 대 행	(주)성운도서(031-915-6900)
등 록 번 호	서초, 라11702호

■전국 교보,영풍,알라딘,예스24 등 온·오프라인 서점에서도 구매하실 수 있습니다.

PUBLISHER

회장	박기영 I Park, Ki Young
발행·편집인	이진창 I Lee, Jin Chang
협회/대외협력실장	박호진 I Park, Ho Jin

EDITORIAL DEPT

국장	신일영 I Shin, IL Young
차장	명한만 I Myeong, Han Man
차장	김지영 I Kim, Ji Yeong
기자	김은영 I Kim, Eun Young
기자	이민찬 I Lee Min Chan
특임 기자	노승욱 I No, Seung Wook
특임 기자	박서진 I Park, Seo Jin

DESIGN

실장	조금단 I Cho, Keum Dan

PHOTO

사진기자	이명철 I Lee, Myung Cheol
사진기자	김동하 I Kim, Dong Ha

CORRESPONDENT

강원I기자	손준기 I Son, Jun Ki
광주 · 전남I기자	박내연 I Park, Nae Yeon
대구 · 경북I기자	권오하 I Kwon, Oha
대전 · 충남I기자	박경원 I Park. Kyung Won
부산 · 울산 · 경남I기자	남구만 I Nam, Gu Man
전북I기자	고재경 I Ko, Jae Kyung
충북I기자	박성희 I Park, Sung Hee

CONTRIBUTORS

FC 산업연구원장	장재남 I Jang, Je Nam
변호사	김종무 I Kim, Jong Moo
세무사	최인용 I Choi, In Yong
노무사	이금구 I Lee, Keum Goo
건축사	이상권 I Lee, Sang Kwon

CONSULTATIVE COMMITTEE

편집주간	김영인 I Kim, Young In
수석편집위원	안현진 I Ahn, Hyun Jin
편집위원	신향숙 I Shin Hyang Sook
	김용순 I Kim, Yong Soon
	이상규 I Lee, Sang Kyu

KFA
Korea Franchise Association

프랜차이즈월드는 한국 간행물 윤리위원회의 도서잡지 윤리강령·잡지윤리실천요강을 준수합니다. 이 책에 실린 어떤 내용도 무단복제해서 사용할 수 없습니다.

최저임금 인상, 누구를 위한 정책인가?
자영업자, 소상공인 무너지면 우리 경제도 무너져

발행인
이 진 창

영원히 끝날 것 같지 않던 기록적인 폭염도 한풀 꺾이면서 이제 조금씩 다가오는 가을에 자리를 양보하고 있습니다. 어김없이 찾아온 새로운 계절에 조금은 느슨해졌던 마음을 다잡고 새로운 각오를 다지는 것도 의미 있을 것입니다.

최근 대한민국 경제에서 가장 큰 화두가 되고 있는 것은 사상 최악의 고용쇼크입니다. 지난 7월의 취업자 수는 전년 동월 대비 고작 5000명이 증가하는데 그쳤습니다. 취업자 수 증가폭이 1만명에도 미치지 못한 것은 2010년 1월 이후 처음입니다.

그렇다면 이러한 고용절벽과 실업대란은 어디에서 기인한 것일까요?

문재인 정부는 출범 초기부터 소득주도 성장을 캐치프레이즈로 내걸었습니다. 저임금 노동자와 가계의 임금, 소득을 올려 소비를 증대시키겠다는 것입니다. 그래서 최저임금은 내년 8350원으로 결정되었고 주 52시간 근무제를 7월1일부터 300인 이상 사업장과 공공기관을 대상으로 시행했습니다.

최저임금 인상안에 대해서는 편의점주를 비롯한 수많은 자영업자들이 업종별 차등적용을 해달라고 요청했음에도 불구하고 금년 대비 10%가 넘는 인상률을 적용해 결정되었고 52시간 근무제가 시기상조라는 반대 여론에도 불구하고 전격 시행을 결정했습니다. 그렇다면 이러한 소득주도 성장은 정부의 바람대로 순조롭게 진행되고 있는 걸까요? 프랜차이즈 가맹사업자를 비롯한 많은 자영업자들이 인건비 부담을 감당할 수 없어 고용인원을 줄이고 있고 주문, 결제용 키오스크를 도입하는 등 기계가 사람을 대체하고 있어 청년들의 일자리는 급격히 줄어들고 있습니다. 임금을 인상해서 소득을 올려주겠다는 정책이 오히려 취업할 기회를 앗아가고 있는 것입니다.

8월29일 광화문광장에서는 소상공인 생존권 운동연대 주도로 최저임금제도 개편을 요구하는 대규모집회가 열렸습니다. 프랜차이즈 가맹점주 등 모든 소상공인들의 생존권을 위해서 최저임금제도를 개편하라고 한목소리로 외쳤습니다. 그만큼 우리 소상공인들과 자영업자들이 어렵습니다. 작년 대비 손님이 20~60%까지 줄었다고 합니다. 식자재 가격 인상 부담에 최저임금 부담이 더해져 벼랑 끝으로 내몰리고 있습니다. 고위험 대출을 가진 자영업자가 15만명에 이릅니다. 대한민국은 전세계 어느 나라보다 자영업자의 비중이 큽니다. 그들이 무너지면 안보, 경제, 사회의 모든 축이 무너질 것입니다.

적폐 청산도 중요하고 남북 화해 무드도 좋습니다. 하지만 경제가 무너지면 과거의 잘못을 단죄하고 북한과 교류하는 것이 무슨 소용입니까? 책상에 앉아서 현장의 목소리에 귀 기울이지 않고 추진하는 정책이 얼마나 위험천만한 일인지 정부는 알아야 합니다. 임금만 올리면 소득이 올라가고 경제는 성장한다는 단순한 논리는 시장 상황을 전혀 고려하지 않은 일차원적인 생각입니다. 150만 프랜차이즈 산업인을 위하여 최저임금제도의 개편을 촉구합니다. 잘못된 제도는 수정하고 바로 잡아야 합니다. 그래야 소상공인도 살고 경제도 회생할 수 있을 것입니다.

최저임금 인상, 후유증 심각 업계는 반발, 정부는 대책마련 분주

2019년부터 시간당 최저임금이 8,350원으로 인상된다. 지난 7월 14일 고용노동부 최저임금위원회 전원위원회는 2019년 최저임금을 2018년 7,530원에서 820원(10.9%) 인상된 8,350원으로 의결했다. 최저임금 인상은 지난 2017년 5월 실시한 19대 대통령선거에서 주요 후보들이 공약했던 사항이기도 하다. 그러나 곳곳에서 파열음이 일고 있다.

인상안과 인상안 후속대책에 대해 업계마다 입장은 다르지만, 강하게 반발하고 있는 모습이다. 우선 공정거래위원회가 7월 16일 최저임금 인상에 따른 대책으로 가맹본부의 불공정행위에 대해 조사할 것이라고 발표한 이후 한국프랜차이즈산업협회는 즉각 반박입장문을 발표하며 맞섰다. 또한, 소상공인연합회는 소상공인들의 지불능력을 외면한 일방적 결정이라며, 최저임금인상안을 수용할 수 없다고 밝혔다.

WRITE **신일영**

공정위 김상조 위원장은 가맹본부의 불공정행위에 대한 조사를 강화하겠다고 밝혔다.

공정위, '가맹본부 조사'는 책임 전가행위 지난 3월 '가맹본부 상생 확산노력 격려'와 앞뒤 안 맞아

공정위는 7월 16일 "가맹점주의 부담을 가중시키는 가맹본부의 불공정행위에 대한 조사를 강화할 계획"이라며, 가맹본사 200개사에 대한 대대적인 조사 계획을 밝혔다. 공정위는 ▲가맹사업의 통일성 유지와 무관한 품목을 점주가 구입하도록 강제한 행위, ▲광고·판촉비용 전가행위, ▲예상매출액의 정보 등을 과장해 제공한 행위 등을 중점적으로 확인해볼 계획이라는 것이다.

이에 대해 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)는 7월 16일 열린 2018임원연석회의에서 "가맹본사를 압박하는 것은 무리한 최저임금 인상에 따른 후유증과 책임을 가맹본사에 떠넘기려는 것으로밖에 볼 수 없다"고 지적하며, "가맹본사에 정치적 책임을 전가하려는 공정위의 가맹본사 조사 계획을 철회하고, 가맹본사와 가맹점을 아우르는 현실적인 보완책을 마련하라"고 반박했다.

협회는 "지난해 10월 자정실천안을 계기로 많은 가맹본사들이 상생 노력을 기울이고 있으며, 올해도 최저임금의 대폭 인상에 따라 가맹비 인하 등 상생 노력을 꾸준히 경주하고 있다"고 설명한 뒤, "지난 3월 김상조 위원장이 19개 본사를 모아 상생 확산노력을 격려까지 한 적도 있지 않은가"라며, 공정위의 태도에 모순이 있다고 지적했다.

한 프랜차이즈업계 관계자는 "지난해 '갑질 논란'으로 위축된 분위기에서 벗어나기 위해 안간힘을 쓰고 있는 업계에 비전은 주지 못할망정, 오히려 더 강하게 압박하고 있다"며, "가맹본부에 대한 이미지가 다시 실추되지 않을까 우려스럽다"고 호소했다.

소상공인연합회, '수용불가' 입장 대규모 집회로 무력시위 예정

소상공인연합회(회장 최승재)는 최저임금 인상안이 발표되자마자 즉각 '최저임금 결정 관련 소상공인연합회 입장문'을 통해 "소상공인의 현실과 요구를 묵살한, 정당성을 상실한 일방적인 결정"이라며, 최저임금 인상안에 대해 수용할 뜻이 없음을 분명히 했다. 소상공인연합회는 '재심의 불가' 판정을 받기는 했지만, '최저임금 고시 집행 정지 신청서'를 제출하는 등 강력하게 반발하고 있다. 소상공인연합회는 이와 함께 8월 9일 최저임금 제도개선 대국민 서명을 받기위한 소상공인 119 민원센터를 열고, 8월 29일 '광화문 소상공인 총궐기'를 개최했다.

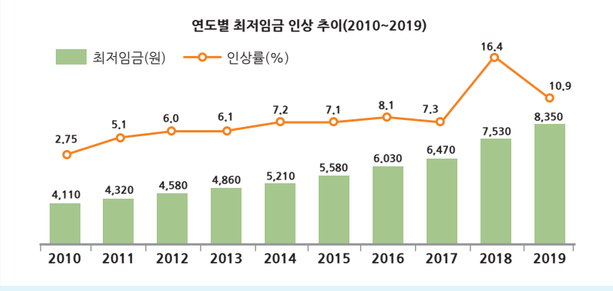
소상공인연합회가 최저임금인상안에 대해 강하게 반발하며, '소상공인 생존권 운동연대'를 출범하고 있다.

한 관계자는 "영세 자영업자들의 경영난은 최저임금뿐만 아니라, 물가상승이나 높은 임대료 등 복합적인 요인이 더 큰 비중을 차지하고 있는 현실을 감안하지 않았기 때문"이라며, "보완책을 마련한 뒤에 최저임금을 인상했어야 하는데 순서가 바뀌었다"고 지적했다. 이 관계자는 또, "정부가 후속대책을 내놓고 있지만, 실효성에서 의문을 제기하는 사람들이 많은 것 같다"고 최근 분위기를 전했다.

편의점업계 역시 상황은 마찬가지다. 전국편의점가맹점협회(이하 전편협)는 지난 7월 16일 기자회견을 열고 5인 미만 사업장에 대해 업종별, 지역별로 최저임금을 차등 적용해야 한다고 주장했다.

전편협은 "최근 2년간 29%에 달하는 최저임금 상승은 영세사업자에게 유례없는 살인적 행위로, 편의점 업계는 존폐의 기로에 서 있다"고 주장했다. 편의점업계는 최저임금 인상 후 동맹휴업이나 심야영업 중단 등의 단체행동도 불사하겠다는 당초의 강경한 입장에서 한발 물러서 있지만, 여전히 상황은 주시하겠다는 입장이다.

한편, 전국가맹점주협의회와 경제민주화네트워크는 7월 26일 기자회견을 열고, 가맹본사는 가맹금을 인하하고 자정실천안을 준수하라고 주장했다. 이들은 "작년 10월 자정실천안을 발표한 이후에도 가맹본사의 유통폭리가



프랜차이즈협회는 이들의 주장에 대해 "정부의 최저임금 인상에 따른 부작용과 국민적 분노를 엉뚱하게 프랜차이즈 갑질 논쟁으로 돌리고 있다"고 지적하며, "이들의 주장은 정부의 정책 실책을 자칫 업계 간 갈등으로 호도할 우려가 높다"고 반박했다.

협회는 특히 "최근 가맹점주 등 산업종사자들의 생존이 위협받고 있는 이유는 이른바 '갑질논란'이 아니라, 최저임금의 급격한 인상, 임대료 폭등, 차별적 카드 수수료 및 배달시장을 좌지우지하고 있는 배달앱 업체들의 과도한 수수료 등 때문"이라며, 이들의 주장을 일축했다.

국세청, 자영업자·소상공인 세무 제외 정치권은 최저임금 개정안 발의 봇물

한편, 정부는 다양한 대책들을 연달아 발표하고 있다. 국세청은 지난 8월 16일 청와대의 지시로 「자영업자·소상공인 세무부담 축소 및 세정지원 대책」을 발표했다. 국세청은 "국민경제의 토대인 자영업자·소상공인이 세무검증 걱정 없이 생업에만 전념할 수 있도록 하기 위해서"라고 배경을 설명했다. 이날 국세청이 발표한 주요 내용은 ▲ 569만 자영업자·소상공인에 대해 '19년 말까지 세무조사 유예 및 선정 제외 ▲「혁신성장 세정지원단」을 설치하여 스타트업·벤처기업 등의 성장 단계별 맞춤형 지원을 강화하고, 「민생지원 소통추진단」을 신설하여 자영업자·소상공인의 세무불편·고충 신속 해소 ▲ 내수부진·고용위기 등 경영애로 자영업자에 대한 납기연장, 징수유예 등 적극 실시 ▲저소득 자영업자 등 취약계층을 발굴하여 근로·자녀장려금을 적극 지원하고 영세자영업자의 자금 유동성 확보를 위한 부가가치세 환급금 조기 지급 등이다.

정치권에서는 2019년 최저임금이 결정된 뒤, 국회 환경노동위원회(이하 환노위) 등 야당 의원들을 중심으로 최저임금법 개정안 발의가 잇따르고 있다.

김학용 국회 환경노동위원회 위원장이 한 언론과의 인터뷰에서 오는 9월 정기국회에서 최저임금인상과 근로시간 단축 부작용을 완화할 수 있는 관련 법안을 반드시 통과시키겠다는 입장을 밝히는 등 가을 정기국회에서 최저임금법 개정안을 둘러싼 2라운드가 펼쳐질 것으로 전망돼, 심각한 후유증을 앓고 있는 최저임금 인상안 관련 정책들이 정부와 업계 간에 서로 타협점을 찾을 수 있을지 주목된다. KFN

한승희 국세청장이
자영업자 · 소상공인 대책을 발표하고 있다

이상훈 중기부 소상공인정책실장(왼쪽 4번째)이 정부의 소상공인·자영업자 지원 대책 발표 내용을 브리핑하고 있다.

당정, 소상공인 · 자영업자 지원 대책 발표 일자리 안정자금 증액·일자리 지원대상 확대 업계 반응 냉담… 구체성·현실성 없는 임시방편

정부와 더불어민주당이 8월 22일 당정협의를 개최하고「소상공인·자영업자 지원 대책」을 발표했다. 정부는 소상공인·자영업자를 위해 일자리 안정자금 지원대상 확대 등에 6조원을 투입하는 등 전체적으로 작년보다 2조원이 증액된 7조원 이상의 금액을 지원한다.
특히 일자리 안정자금 지원 대상을 30인 미만 사업장에서 30~300인 사업장·60세 이상으로 확대하고, 5인 미만 사업장의 일자리안정자금을 작년 13만원에서 15만원으로 증액한다. 이와 함께 '가맹본부와 가맹점간 상생 분위기 확산'을 위해 가맹본부의 가맹계약 즉시해지를 제한한다.

WRITE **신일영**

관련 업계는 이번 대책에 다소 차가운 분위기다. 우선 소상공인연합회는 "5인 미만 규모별 소상공인업종 최저임금 차등화 방안은 대략적인 로드맵 제시도 없는 일시적인 처방"이라고 평가했다. 또한, "일자리안정자금 지급대상을 300인 종사 기업까지 확대하면, 4대 보험 가입 및 전산 처리 등 행정에 유리한 300인 종사 기업들에게 집중적으로 혜택이 돌아가게 될 것이고, 지원이 절실한 소상공인 자영업자들의 몫은 줄어들 가능성이 크다"고 우려했다.

'가맹계약 즉시해지사유 폐지' 등 조항, 본부 권한 축소 "선 넘는 과도한 입법 행위… 좌시하지 않을 것"

특히, 정부가 이날 발표한 대책 중 '가맹본부-가맹점간 불공정행위 방지'에는 가맹본부를 규제하는 내용이 담겨있어 프랜차이즈업계의 불만을 사고 있다. '가맹본부와 가맹점주간 불공정행위 방지'의 주요 내용은 ▲가맹본부의 가맹계약 즉시해지 제한 ▲광고·판촉행사 시 가맹점주의 사전 동의 의무화 ▲가맹점 단체가 요청 시 가맹본부의 협의개시 의무화 ▲가맹점주의 위약금 부담 완화 ▲편의점 심야영업 부담 완화 ▲편의점 과당 출점경쟁 자율 축소 유도 등이다.

한국프랜차이즈산업협회(이하 '협회')는 "지난 7월 최저임금인상안을 발표하며 공정위가 가맹본부를 조사하겠다고 밝힌데 이어, 가맹본부의 권한을 더 축소시키는 이번 대책은 프랜차이즈업계를 두 번 죽이는 행위"라며 강하게 반발하고 나섰다.

협회는 특히 '가맹본부의 가맹계약 즉시해지 제한'은 "자칫 가맹점주들의 도덕적 해이와 부당한 '을질'을 초래할 가능성이 높다"고 우려하며, "가맹계약 즉시해지 사유 중 필수적인 것만 법률로 규정하는 것은 가맹점사업자를 보호하고자 하는 취지이므로 이에는 동의하지만, 프랜차이즈사업의 특성상 브랜드 이미지의 중요성을 감안하면, 브랜드 명성과 신용 훼손, 차별화된 레시피 등 중요정보 유출의 경우까지 가맹계약 즉시해지 사유에서 제외하는 것은 선을 넘는 과도한 입법행위이자 브랜드의 중요성을 간과하는 행위"라고 지적했다.

한 업계 관계자는 "브랜드 이미지가 사업성패의 관건이라 할 수 있는 프랜차이즈사업에서 브랜드를 훼손시킨 가맹점을 '즉시해지'할 수 없게 되면, 그 피해가 눈덩이처럼 커져 가맹본부와 가맹점이 함께 피해를 입을 가능성이 크다"고 설명하며, "이 조항을 폐지하는 것은 프랜차이즈산업을 후퇴시키는 행위"라고 주장했다.

협회는 또, '광고·판촉행사 시 가맹점주의 사전 동의 의무화'조항에 대해서도 강하게 반박했다. "이 조항이 없이도 가맹본부는 표준계약서에 따라 가맹점 60~70%의 사전 동의를 얻어 진행하고 있는데, 이를 의무화하는 것은 가맹본부의 경영권을 일부 제한하는 행위"라는 것이다.

또한, "경우에 따라 광고는 적절한 타이밍이 중요한데, 모든 사업자로부터 사전 동의를 받는 것은 사실상 시간적 · 경제적 손실이 불가피하다는 점을 감안해야 한다"고 주장했다.

외식업종 표준가맹계약서에서는 광고의 경우 가맹점사업자의 50%, 판촉의 경우 가맹점사업자의 70% 이상이 동의하면 실시할 수 있도록 이미 규정하고 있고, 이미 많은 가맹본부가 일정비율 이상의 가맹점사업자의 동의하에 광고 및 판촉행사를 실시하고 있다.

'가맹점 단체가 요청 시 가맹본부의 협의개시 의무화'조항에 대해서도 불만을 제기했다.

협회는 "가맹점사업자단체는 독립사업자들의 연합체로서 노동조합과 근본적으로 다르기 때문에, 무분별한 난립을 방지하고 단체의 협상력 제고를 위해서는 신고 요건을 전체 가맹점주사업자의 최소 40%가 조합회원으로 참여한 경우로 한정해야 한다"고 주장했다. 특히 상호협력을 기반으로 하는 가맹사업거래의 구도가 상호 대립구조로 변질할 가능성이 커, 자칫 프랜차이즈시스템 자체가 와해될 위험이 있다는 주장이다.

프랜차이즈업계는 취지에는 동의하지만, 대책에는 전반적으로 수긍하기 힘들다는 입장을 보이고 있다. 특히 이번 대책이 입법화되는 것을 좌시하지 않겠다는 분위기여서 향후 행보가 주목된다. KFN

8월 31일 서울 서초동 협회 회의실에서 2019 가맹사업진흥 시행계획 협의회가 열렸다

산업통상자원부, 연내 가맹사업 진흥 위한 2019년 시행계획 수립 조기 착수

프랜차이즈 성장 및 공정거래 강화 위해 한국프랜차이즈協 등과 민·관 합동 논의

산업통상자원부(장관 성윤모·이하 산자부)가 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 등과 함께 중소 가맹사업자의 중견·대기업으로의 성장을 촉진하고, 가맹점주의 경영 안정화를 지원하기 위한 '2019년 가맹사업 진흥 시행계획' 수립에 착수한다.

그간 업계는 많은 관심이 집중된 규제 정책에 비해 상대적으로 방치돼 온 진흥 정책의 활성화를 꾸준히 요구해 왔다. 협회 역시 지난 6월 14일 세종대학교 광개토관에서 한국프랜차이즈경영학회(학회장 이용기)와 함께 가맹사업 진흥을 위한 포럼을 개최하는 등 가맹사업 규제에 걸 맞는 진흥책도 필요하다는 점을 꾸준히 강조해 왔다.

이에 산자부는 8월 30일 소관 법률인 가맹사업 진흥에 관한 법률(가맹사업진흥법)에 따라 관계부처 및 민간 단체와의 협의를 거쳐 시행계획을 수립할 예정이라고 밝혔다.

WRITE **신일영**

김동수 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장

이동욱 산업통상자원부 중견정책기업관

산자부는 "프랜차이즈 산업의 양적 성장에도 불구하고 중소 가맹점업계의 중견기업으로의 성장이 정체되고 해외진출 수요가 지속 증가함에 따라 이에 대한 체계적인 지원방안을 마련하고, 지난 8월 22일 발표된 '소상공인·자영업자 지원 대책' 중 가맹사업 관련 사항이 차질 없이 이행될 수 있도록 시행계획 수립에 조기 착수하는 것"이라고 설명했다.

산자부에 따르면 2014~2016년 동안 가맹본부 수는 3,482개에서 4,268개로, 해외진출 기업 수는 239개에서 325개로 꾸준히 증가세를 보이고 있으며, 2014년 기준 가맹본부의 96.3%가 중소기업으로 파악되고 있다. 중견기업과 대기업은 각각 2.6%, 1.0%에 불과했다.

시행계획은 ▲프랜차이즈 성장사다리 구축, ▲해외진출 촉진, ▲가맹사업 관련 소상공인·자영업자 지원 대책과 연계한 공정거래와 상생협력 강화 등 3개 추진 방향으로 설정된다. 산자부는 이를 통해 ▲중소→중견→대기업으로의 성장 촉진, ▲해외진출로 성장 돌파구 마련, ▲가맹사업 공정거래 기반 강화 및 가맹점주 경영 안정화가 이뤄질 것으로 기대하고 있다.

한편, 산자부는 시행계획 수립에 착수하면서 관계부처 및 프랜차이즈 업계의 폭넓은 의견을 듣기 위해 8월 31일 '관계기관 협의회'를 개최했다. 협의회는 서울 서초동 협회 대회의실에서 산자부 이동욱 중견기업정책관 주재로 산업통상자원부, KOTRA, 공정거래위원회, 중소벤처기업부, 고용노동부, 농림축산식품부, 보건복지부 등 정부 부처 관계자들과 한국프랜차이즈산업협회, 한국편의점산업협회, 전국편의점가맹점주협회 등 업계 관계자 및 전문가 20여명이 참석한 가운데 개최됐다.

산자부는 협의회를 통해 가맹본부 뿐만 아니라 가맹점사업자의 애로사항과 현안사항도 함께 논의했으며, 가맹점사업자가 정부의 소상공인·자영업자 지원 대책을 충분히 활용할 수 있도록 자세히 설명한다는 계획이다.

또한 협의회에서 논의된 사항은 관계부처 검토를 거쳐 시행계획에 반영하고, 향후 업계 애로사항을 파악하기 위해 협의회 개최 등 현장소통을 보다 더 강화할 예정이다. KFW

지난해 12월 2017 제18회 한국프랜차이즈대상에 참석한 내외 귀빈들이 기념 촬영을 하고 있다

한국프랜차이즈協, 10.18~20 '2018년 제1회 프랜차이즈 산업 주간' 개최

프랜차이즈산업인의날·프랜차이즈서울·한국프랜차이즈대상 등 산업인들 사기 진작과 순기능 알리기 도모

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 100만 프랜차이즈 산업인들의 자긍심을 고취시키고 프랜차이즈 산업의 위상을 높이기 위해 오는 10월 18일부터 20일까지를 '제1회 프랜차이즈 산업 주간'으로 지정하고 다채롭고 뜻 깊은 행사를 개최한다.
이번 프랜차이즈 산업 주간은 올해 협회가 처음으로 제정, 운영하는 것으로 기존 산업통상자원부 유통주간 기간에 열리던 한국프랜차이즈대상을 프랜차이즈 산업 주간으로 편입하는 등 기존 협회 주관 행사들과 신규 행사들을 한데 모아 대내외적 관심도를 집중시키고 산업인들의 사기 진작과 순기능 알리기 효과의 극대화를 도모하기 위해 마련됐다.
2018년 프랜차이즈 산업 주간의 시작을 알리는 10월 18일에는 <제1회 프랜차이즈산업인의 날 기념식>에 이어 <2018 제19회 한국프랜차이즈대상>이 개최된다.
또한 <2018 제43회 프랜차이즈서울 하반기>가 개막식을 갖고 10월 20일까지 3일간 진행되며 박람회 기간 동안 해외 바이어 상담회인 <글로벌 프랜차이즈 비즈니스 플라자>를 비롯, 각종 창업세미나 및 교육과 <프랜차이즈산업발전협의회 포럼>(가칭)이 열린다. 아울러 10월 19일에는 협회 사회봉사위원회가 상록보육원을 찾아 사회 봉사에 나선다.

WRITE **안현진**

'제1회 프랜차이즈산업인의 날' 제정…산업 위상 제고

프랜차이즈 산업은 40여년의 길지 않은 역사에도 불구하고 140조원에 달하는 산업 규모와 100만여 명의 산업 종사자, GDP 규모의 10%에 육박하는 비중을 차지하는 국가 기간 산업으로 자리매김하고 있다.
하지만 타 산업과 달리 프랜차이즈 산업인들을 위한 별도의 기념일이 없어 그간 프랜차이즈 산업이 독자적인 국가 경제의 한 축으로서의 위상을 떨치지 못한다는 의견이 꾸준히 제기된 바 있다.
이에 협회는 꾸준한 논의를 거쳐 올해 10월 18일을 제1회 프랜차이즈산업인의 날로 제정하고 기념식을 통해 산업인들의 노고를 치하하는 한편 자긍심을 고취하기로 했다.
기념식은 10월 18일 인터컨티넨탈호텔 코엑스 다이아몬드홀에서 2018 제19회 한국프랜차이즈대상과 함께 진행된다. 박기영 협회장을 비롯한 임원사 대표들과 프랜차이즈 산업 유공자들, 프랜차이즈 기업인들 등 150여명이 참석할 예정이며 특히 정부 관계자들과 국회의원 등이 참석해 종사자들을 격려하고 가맹본부-가맹점사업자단체 간의 상생협약을 진행하는 등 프랜차이즈 산업인들을 위한 뜻깊은 순서가 마련돼 있다.

'2018 제19회 한국프랜차이즈대상'…우수 본부 발굴로 건전한 가맹사업문화

프랜차이즈산업인의 날을 기념하는 순서에 이어 진행되는 2018 제19회 한국프랜차이즈대상은 우수 가맹본부를 발굴하여 건전한 가맹사업 문화를 정착하기 위해 협회가 2000년부터 개최해 온 최고 권위의 프랜차이즈 시상제도다.
프랜차이즈 관련 시상 중 유일하게 대통령표창과 국무총리 표창이 수여되며 우수 가맹본부와 가맹점, 개인 유공자 등 산업 전반에 걸쳐 프랜차이즈 산업의 발전에 기여한 사례를 시상, 프랜차이즈의 순기능을 널리 알리고 종사자들의 사기 진작을 도모하고 있다.
특히 기존 시상식은 12월경 산자부 유통산업주간 기간에 열렸지만 올해부터는 독자적으로 프랜차이즈 산업 주간인 10월 18일 개최된다. 제1회 프랜차이즈산업인의 날 기념식과 함께 인터컨티넨탈호텔에서 개최되며 대통령 표창과 국무총리 표창, 산업통상자원부장관 표창, 농림축산식품부장관 표창, 식품의약품안전처장 표창, 한국프랜차이즈협회장상 등 각 분야에서 우수한 성과를 거둔 유공자들을 시상할 예정이다.

제42회프랜차이즈서울에서 기조강연을 하고 있는 하템 자키 WFC 사무국장

'제43회 프랜차이즈서울'…프랜차이즈 축제의 장

같은 날 협회가 주최하고 코엑스(COEX)와 리드엑시비션스(Reed Exhibitions)가 주관하는 '2018 제43회 프랜차이즈서울 하반기'가 3일간의 화려한 막을 올린다.

개막식은 '2018 제19회 한국프랜차이즈대상'이 종료된 후 박람회장 입구인 코엑스 C홀로 자리를 옮겨 개최된다. 주요 내외 귀빈들이 일제히 참석한 가운데 성공적인 박람회 개막을 축하하고 테이프 커팅식과 기념촬영, 전시관 순시 등을 진행할 예정이다.

'2018 제43회 프랜차이즈서울 하반기'는 코엑스 C홀과 D홀에서 3일간 진행된다. 당초 250개사 500여 부스 규모로 참가 신청을 접수받았으나 성황리에 조기 마감돼 추가로 D홀까지 확장하여 추가 접수를 진행하고 있으며 규모도 300개사 600여개 부스 규모로 늘어났다.

압도적인 브랜드 파워와 접근성에 따라 창업 실수요층 비율이 높은 참관객들의 대거 방문이 예상되며, 풍부한 운영 노하우와 시너지 효과를 바탕으로 하는 효과적인 홍보 및 관리가 최대 강점이다.

올해 3월 처음으로 삼자가 힘을 합쳐 새롭게 태어난 '2018 제42회 프랜차이즈서울 상반기'는 300여개 업체, 450여개 브랜드, 600여개 부스 규모의 역대 최대 박람회로 개최됐으며 WFC 본부 및 주요국 프랜차이즈 협회와 세계 16개국 50여개 업체가 참가하는 해외프랜차이즈관을 운영했고 2만5천여명의 참관객이 박람회장을 찾는 등 아시아를 대표하는 국제 박람회로 거듭난 바 있다.

이번 '2018 제43회 프랜차이즈서울 하반기' 역시 같은 규모로 성대하게 치러지며 더욱 알차고 풍성한 프로그램 구성으로 하반기 프랜차이즈 창업 시장을 주도할 예정이다. 특히 프랜차이즈 산업 주간의 일환으로 타 행사들과 병행하여 진행되기 때문에 언론은 물론이고 창업 희망자, 프랜차이즈 산업인들의 관심도를 극대화시킬 것으로 전망되고 있다.

지난 3월 제42회 프랜차이즈서울이 열린 코엑스 전시장을 찾은 참관객들이 입장하고 있다

지난 3월 제42회 프랜차이즈서울 박람회장에서 예비 창업자들을 대상으로 진행된 노무교육

지난 3월 2일 제42회 프랜차이즈서울 박람회장을 찾은 김상조 공정거래위원장이 박기영 한국프랜차이즈산업협회장과 대화를 나누고 있다

알차고 풍성한 박람회 부대행사들로 업체와 참관객 윈-윈

박람회 기간 동안 진행되는 다양한 부대행사들은 업체와 참관객들을 모두 만족시킬 것으로 기대된다.

먼저 3일간 코엑스 C홀 내 센트럴 스테이지에서는 전문가들이 창업 및 노무 관련 무료 세미나가 개최돼 예비창업자와 가맹점 사업자, 가맹본부 임직원 등에게 유용한 정보를 제공한다. 예비창업자의 기업가 마인드를 제고하고 프랜차이즈에 대한 올바른 정보와 지식을 함양하는 것은 물론 성공적인 가맹점 창업을 위한 최신 정보를 제공할 예정이다.

또한 10월 18일부터 19일 양일간에는 C홀 내 상담회장에서 해외 바이어 상담회인 '글로벌 프랜차이즈 비즈니스 플라자 2018'(GFBP 2018)이 열린다. 국내 성공 프랜차이즈 브랜드의 해외진출을 지원하고자 코트라(KOTRA)의 해외 네트워크에 의해 검증된 우수 해외 바이어들과의 만남을 주선, 해외 진출 희망 가맹본부의 리스크 감소와 국가 경제 기여를 도모한다. 아울러 컨퍼런스룸에서는 해외 프랜차이즈 협회 관계자들이 참여하는 해외진출 세미나를 통해 해외 진출 역량을 강화하는 프로그램이 진행된다.

마지막 날인 10월 20일에는 코엑스 C홀 센트럴 스테이지에서 프랜차이즈발전협의회 포럼이 개최된다. 국내외 미래 산업 트렌드를 분석하고 유망 산업을 발굴하며, 정책 동향과 산업 이슈, 경영 개선 정보 등을 공유하고 프랜차이즈 산업의 중장기적인 발전을 위한 방향을 도출하는 자리다. 전문가들이 발제하는 강의와 산학 전문가 등이 참여하는 토론으로 꾸며진다.

아울러 10월 19일에는 협회 사회봉사위원회(위원장 김익수)가 상록보육원을 찾아 '함께 하면 행복합니다' 사회봉사를 이어간다. 협회는 2013년 협회 산하 분과위원회로 사회봉사위원회를 출범시킨 이후 매월 어린이 보호시설과 노인복지시설 등을 방문, 꾸준히 사회공헌 활동을 벌이며 상생을 이어가고 있다. 프랜차이즈 산업 주간을 맞아 더욱 많은 회원사들이 참여하는 자리로 꾸며질 예정이며 금일봉과 100여명 분의 후원품 등을 전달하고 아이들에게 저녁 배식을 진행하며 상생하는 프랜차이즈를 실천할 예정이다. KFN

지난해 10월 개최된 KOTRA글로벌프랜차이즈비즈니스플라자

지난 6월 진행된 협회 사회봉사위원회 제31차 사회봉사

2016 코리아세일페스타행사가 진행된 롯데백화점

2018 코리아세일페스타, 이제는 프랜차이즈 축제다

한국프랜차이즈協, 특별할인전 등 풍성한 구성으로 프랜차이즈 참여 대폭 확대

한국판 블랙프라이데이를 표방한 쇼핑 축제 '2018 코리아세일페스타'가 '사는 게 즐거워진다'를 캐치프레이즈로 9월 28일부터 10월 7일까지 열흘간 개최될 예정인 가운데, 프랜차이즈 업체들의 참가가 예년보다 대폭 확대되면서 갖은 악재로 시름하는 프랜차이즈 업계에도 단비가 내릴 것으로 전망된다.

'코리아세일페스타'(이하 코세페)는 2015년 코리아블랙프라이데이로 처음 시작된 후 이듬해 현재의 명칭으로 변경, 올해로 4회째를 맞았다. 소비 진작과 내수 경기 활성화를 위해 정부 부처와 민간 기업들이 손을 잡고 유통·제조·관광·문화업계 등에서 대규모 할인전을 진행, 우리나라를 대표하는 쇼핑 축제로 자리잡고 있다. 446여개 업체들이 참여한 지난해 매출액은 무려 10조원에 달해 민간소비지출 0.13%p, GDP 0.06%p 상승 효과를 거둔 바 있다.

WRITE **안현진**

2016 코리아세일페스타 기간 명동거리

9월 27일 전야제가 개최되는 서울시청 앞을 비롯해 명동, 강남, 삼성역, 동대문, 홍대 등 서울 시내 주요 권역에서 세계적 K-팝 축제 등 대규모 이벤트가 개최되고, 중국을 포함한 해외 관광객들이 참여하는 프로그램들도 마련돼 내수 촉진과 한류 열풍의 장으로 거듭날 예정이다.

특히 기존에는 주로 유통업 주도로 재고 제품 판매가 주를 이뤘던 것에 비해, 올해부터는 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 주도로 프랜차이즈 업체들의 참여가 대폭 늘어나면서 소비자들이 이용할 수 있는 범위가 더욱 확대된다.

협회는 코세페 기간 중 일 유동인구가 만명에 달하는 한강 반포지구 등 서울 시내 유동인구 밀집지역에서 '2018 코리아세일페스타 프랜차이즈 특별할인전'을 개최한다. 총 20여개 브랜드가 야시장 등 야외 전시 오픈 축제에서 쇼핑존, 먹거리존, 푸드트럭 등을 통해 소비자들을 현장에서 직접 만나 잊지 못할 경험을 선사하고 브랜드 홍보에 나선다.

또한 시민들과 함께 하는 각종 공연과 경연대회 등을 병행, 먹고 보고 즐길 수 있는 축제의 장을 마련하여 프랜차이즈 산업의 순기능을 널리 알리고 이미지를 제고하는데 앞장선다.

아울러 코세페 기간 중 프랜차이즈 가맹본부들이 참여하는 특별 상품 할인행사도 진행된다. 선도기업으로 선정된 양키캔들, 장수돌침대, 정관장을 비롯 우수 프랜차이즈 가맹본부 40여개사가 기존보다 더욱 확대된 할인행사를 진행, 매출부진으로 어려움을 겪고 있는 가맹점사업자들의 매출 증대를 꾀하고 소비자들에게 우수 제품을 합리적인 가격으로 제공한다.

협회 관계자는 "정부와 민간기업이 대대적으로 힘을 합치는 코리아세일페스타에 프랜차이즈 업체들의 비중이 늘면서 업체 및 가맹점들이 개별 행사보다 훨씬 큰 홍보 효과와 매출 증대를 얻을 것"이라며, "또한 일자리 창출과 균일한 제품의 제공으로 인한 신뢰 등 프랜차이즈 산업의 다양한 순기능을 널리 알려 산업의 이미지를 제고하고, 소비자들에게도 좋은 상품과 서비스를 저렴한 가격에 누릴 수 있는 혜택을 제공, 모두가 즐길 수 있는 축제가 될 수 있도록 최선을 다하겠다"고 말했다. KFN

한국프랜차이즈協 2018 정기 임원연석회의 성료

업계 및 협회 현안에 대한 심도깊은 논의…
윤리교육 및 소통 강화도 '성과'

임원연석회의에 참석한 임원들이 파이팅을 외치고 있다

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 100여명의 임원사들이 참석한 가운데 7월 17일 경기도 여주 짐보리 테마파크에서 '2018 정기 임원연석회의'를 개최했다.

이날 임원연석회의에는 박기영 회장, 이병억 명예회장, 김용만 명예회장, 이범돈 수석부회장, 정현식 수석부회장, 이규석 수석부회장, 최세규 상임부회장, 이용재 상임부회장을 비롯한 100여명의 임원들이 대거 참석했다.

회의는 ▲신신자 부회장(㈜장충동왕족발 대표)의 상생 협력 우수사례 발표 및 윤리교육 ▲음원 공연사용료 소급청구 대응방안 강연(법무법인 세종) ▲2018년 상반기 실적 보고 및 하반기 사업계획 보고 ▲저녁 만찬 및 뒷풀이 행사 등의 순으로 진행됐다.

신신자 부회장은 ㈜장충동왕족발이 현재에 이르기까지의 성공 스토리와 그 근간을 이룬 가맹점과의 상생협력에 대한 철학을 실제 사례와 함께 소개하며 참석 임원들에게 윤리경영 및 정도경영의 중요성을 강조했다.

또한 임상혁 법무법인 세종 변호사는 최근 업계에 큰 우려를 던지고 있는 한음저협의 음원 공연사용료 소급청구 및 소송 건에 대한 문제점과 대응방안을 상세히 소개, 큰 호응을 얻기도 했다.

이어 공정거래위원회의 최저임금 대책에 따른 협회 입장 논의, 협회 상반기 실적 및 하반기 계획 논의 등 업계와 협회를 둘러싼 각종 현안들에 대한 심도깊은 논의도 진행됐다.

회의 종료 후 참석 임원들은 정성스레 준비된 저녁 만찬과 각종 뒷풀이 행사를 늦은 시간까지 함께 즐기며 친목과 화합을 다지는 시간을 가졌다.

한편 임원연석회의에 앞서 열린 '2018 제2차 이사회'에서는 신규 이사 선임안이 승인됐다. 새롭게 이사로 승인받은 곳은 아래와 같다.

신규 이사	신규 협력이사
▲나루가온에프앤씨(주) 박효순 대표	▲송림특수제지 임서현 대표
▲㈜현진해양 박명진 대표	▲㈜티오피퍼니처 황은주 대표
▲㈜뷰쎄 신용진 대표	▲다우이엘㈜ 김상훈 대표
▲㈜7번가 사람들 양명덕 대표	▲포스코디 조선영 대표
▲㈜밈스 원현 대표	

박기영 한국프랜차이즈산업협회 회장

김동수 상근부회장

신신자 부회장(㈜장충동왕족발 대표)

임상혁 법무법인 세종 변호사

엄경태 사무총장

참석 임원들이 호복을 맞아 제공된 정성스러운 식사를 즐기고 있다

공정거래위원회의 최저임금 대책 발표와 관련한 한국프랜차이즈산업협회의 입장

임원 연석회의 개회에 앞서 열린 2018 제2차 이사회

협회는 7월 17일 개최된 2018 정기 임원연석회의를 통해 회의 전날(7월 16일) 공정거래위원회가 발표한 가맹본사 조사 계획을 철회할 것과 공정한 최저임금 인상 보완책 마련을 촉구했다. 7월 16일 공정위는 '가맹본사 200개사 조사' 등을 골자로 하는 최저임금 인상 대책을 발표한 바 있다.

협회가 임원연석회의를 통해 채택한 입장문은 다음과 같다.

프랜차이즈 가맹본사들은 지난해 10월 한국프랜차이즈산업협회의 자정실천안 발표를 계기로 가맹점과의 상생을 위해 그동안 많은 노력을 기울여 왔다. 또한 지난해 16.4%에 달하는 최저임금 인상에 따른 가맹점주들의 어려움을 덜어주기 위해 많은 가맹본사들이 자발적으로 가맹비 및 원·부재료 공급가 인하 등 고통을 겪으면서까지 상생 노력을 경주하고 있다.

이에 대해 공정위도 지난 3월 19개 가맹본사들을 모아 프랜차이즈 가맹본사들의 상생협력 확산 노력에 대해 격려까지 한 바 있다.

그런데 최근 김상조 공정거래위원장은 2019년 최저임금 인상 관련 대책을 발표하는 자리에서 "가맹점주의 고통을 가중시키는 가맹본사의 불공정행위에 대한 조사를 강화하겠다"면서 가맹본사 200개사에 대한 대대적인 조사 계획을 밝혔다.

정부가 '직권조사권'라는 막강한 힘을 휘두르면서 또다시 프랜차이즈 가맹본사를 압박하는 것은 무리한 최저임금 인상에 따른 후유증과 정치적 책임을 프랜차이즈 가맹본사에 전가시키려는 것으로밖에 볼 수 없다.

우리는 공정위의 가맹본사 압박으로 지난해 갑질 논란의 어려움을 딛고 스스로 자정하려는 우리의 노력이 훼손되고 프랜차이즈 산업이 위축되지 않을까 우려를 금할 수 없다.

정부는 프랜차이즈 가맹본사의 약 95%가 중소기업이며, 특히 약 60%는 연 매출이 10억 이하로 업계 평균 영업이익률을 고려할 경우 월 수익이 500만 원에 불과해 최저임금 인상으로 고통 받고 있는 소상공인과 다름없이 보호해 줘야 할 대상임을 인식하고 정책을 펼쳐야한다.

한국프랜차이즈산업협회 회원사들은 17일 임원연석회의를 열고 정부에 다음과 같이 요구한다.

첫째, 정부는 가맹본사와 가맹점 모두가 현실적으로 수용할 수 있는 최저임금 인상에 대한 보완책을 마련하라.

둘째, 정부는 최저임금 인상에 따른 정치적 책임을 프랜차이즈 가맹본사에 떠넘기려는 시도를 즉각 중단하라.

셋째, 이제 정부는 프랜차이즈 산업에 대해 규제가 아닌 진흥정책을 추진하여 창업과 일자리창출의 동력으로 활용하라. KFN

7.26 전국가맹점주협의회·경민넷 등 기자회견에 대한 한국프랜차이즈산업협회 입장

7월 26일 전국가맹점주협의회·경제민주화전국네트워크·한국중소상인자영업자총연합회·한국마트협회 등이 서울 서초동 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회) 앞에서 필수물품 최소화 및 가맹금 인하 협상 등을 요구하는 기자회견을 열었다.

전국가맹점주협의회 등은 수익배분 구조 왜곡으로 성장 과실을 가맹본사가 독식하고 있다고 주장하며, ▲가맹본사는 과도한 유통마진을 버리고 합리적 로열티를 제시할 것 ▲적극적으로 협상에 임하여 필수물품을 최소화하고 가맹금을 인하하여 상생에 나설 것 ▲ '자정실천안'을 철저히 준수할 것 등을 요구했다.

이에 대해 협회는 즉시 입장문을 발표하고 최저임금 인상으로 인해 대부분 중소기업인 가맹본부 역시 고통받고 있으며 가맹점과의 상생에 최선을 다할 것이라고 반박했다.

협회는 입장문을 통해 "가맹점주등 산업종사자들의 생존이 위협받고 있는 이유는 이른바 갑질(甲質) 논란이 아니라 최저임금의 급격한 인상, 임대료 폭등, 차별적 카드 수수료 및 배달시장을 좌지우지하고 있는 배달앱 업체들의 과도한 수수료 등 때문"이라고 강조하고 "프랜차이즈업계가 겪고 있는 현실과 문제점을 면밀히 살펴보고 가맹본부와 가맹점이 함께 수용할 수 있는 해결책을 찾자"고 제안했다.

협회 입장문 전문은 다음과 같다.

프랜차이즈산업인들은 경제민주화네트워크(이하, 경민넷)가 최저임금인상과 관련한 첫 번째 항의집회를 오늘 한국프랜차이즈산업협회 사무실 앞에서 가진데 대해 당혹스럽고 답답한 심정을 표하지 않을 수 없습니다.

경민넷은 최근 기자회견을 갖고 "일부 언론과 경제단체들이 최저임금 인상 문제를 '을과 병'의 싸움으로 끌고 가고 있다"고 주장하면서 "프랜차이즈 가맹본사도 최저임금인상에 따른 고통분담에 나설 것"을 요구했습니다.

우리는 급격한 최저임금 인상으로 인한 가맹점주들의 고통과 절박한 위기를 뼈저리게 공감하면서도 재벌개혁과 경제민주화를 위해 구성됐다는 경민넷의 이 같은 주장은 이해할 수도, 동의할 수도 없음을 분명히 합니다.

경민넷은 " '최저임금은 죄가 없다', '갑질 불공정 구조를 개혁해야 한다'"고 주장하면서 정부의 최저임금 인상에 따른 부작용과 국민적 분노를 엉뚱하게 프랜차이즈 갑질논쟁으로 돌리고 있습니다. 이 같은 경민넷의 주장은 정부의 정책 실책을 자칫 업계 갈등으로 호도할 우려가 높습니다.

최저임금 인상으로 기업생존을 걱정할 정도로 어려움을 고통받고 있는 것은 가맹본사역시 가맹점과 다름없습니다.

프랜차이즈 가맹본사의 96%가 경민넷이 주장과는 달리 재벌. 대기업이 운영하는 것이 아니라 중. 소기업들입니다.

특히 가맹본사의 절반가량은 연 매출이 10억에도 못 미치며 직원별도 평균 4.1명에 불과한 영세 소상공인과 다름없는 것이 우리 업계가 처한 현실입니다.

그럼에도 불구하고 많은 가맹본사들은 지난해 16.4%에 달하는 최저임금인상 이후 가맹비 인하와 원. 부재료 인하 등 가맹점주와의 고통분담에 적극 동참, 정부로부터도 높은 평가를 받은 바 있습니다. 또 앞으로도 할 수 있는 최선의 노력을 다해 가맹점과의 상생에 나설 것임을 분명히 합니다.

또, 지난해 자정실천안 발표 이후 100개 가맹점 이상 가맹본사의 가맹점주협의회 구성이 크게 늘어나고 있으며 유통마진을 포기하고 정율 로얄티제로 전환한 가맹본사가 나타나는 등 협회가 추진한 자정실천 노력의 효과가 본격화되고 있습니다.

우리는 프랜차이즈산업을 바라보는 경민넷의 편향되고 닫힌 태도와 시각에 안타까움을 금할 수 없습니다. 우리는 경민넷이 저희와 함께 프랜차이즈업계가 겪고 있는 현실과 문제점을 면밀히 살펴보고 가맹본부와 가맹점이 함께 수용할 수 있는 해결책을 찾을 것을 제안합니다.

최근 가맹점주 등 산업종사자들의 생존이 위협받고 있는 이유는 이른바 갑질(甲質) 논란이 아니라 최저임금의 급격한 인상, 임대료 폭등, 차별적 카드 수수료 및 배달시장을 좌지우지하고 있는 배달앱 업체들의 과도한 수수료 등 때문입니다.

프랜차이즈산업은 가맹본부와 가맹점이 한 배를 탄 비즈니스 시스템으로 어느 한쪽이 무너지면 공멸하는 구조입니다. 정치적 이유로 편향된 한쪽 입장에서 문제를 접근하면 해결은 커녕 대립과 갈등만을 조장, 산업전체가 침체의 깊은 수렁으로 빠질 우려가 높다는 것을 지적하지 않을 수 없습니다. KFN

국세청

자영업자·소상공인 세무부담 축소 및 세정지원 대책 추진

국세청이 8월 16일 자영업자·소상공인 세무부담 축소 및 세정지원 대책을 발표했다.

다음은 이번 대책의 주요 내용을 간추려 요약한 것이다.

'19년 말까지 세무조사, 신고내용 확인 등 세무검증 배제

우선 569만 자영업자와 소상공인이내년 말까지 한시적으로 세무조사 유예 및 세무조사 선정 제외, 신고내용 확인*(종전 사후검증) 면제 추진.

일자리 창출 및 혁신성장 노력을 최대한 지원

혁신성장 세정지원단을 설치하여 스타트업·벤처기업 등의 창업-성장-재창업 등 성장 단계별 맞춤형 세정지원을 강화하고, 민생지원 소통추진단을 신설하여 현장방문 등을 통해 자영업자의 세무불편·고충을 청취하고 신속한 해결방안을 강구한다.

신속한 사업재기를 위한 적극적 세정지원

내수부진·고용위기·지역경제 악화 등으로 경영상 애로가 큰 자영업자 등에 대해 납부기한 연장, 징수유예 등 적극 실시한다. 특히, 수입금액 감소가 큰 사업자를 선제적으로 발굴하여 신속하게 지원한다.
이와 함께 금년부터 시행하는 체납액 소멸제도(폐업한 사업자가 사업재개 또는 취업할 경우, 체납액 3천만원까지 납부의무 면제)를 적극 홍보하여 영세자영업자의 자활 노력을 적극 뒷받침한다.

원활한 자금융통을 위한 다각적 지원 실시

저소득 자영업자 등 취약계층을 빠짐없이 발굴·지원하고, 과소 신청한 장려금도 추가로 검토하여 신속 지급하며, 영세자영업자가 자금 유동성을 최대한 확보할 수 있도록 부가가치세 환급금을 법정기한 10일 전에 조기 지급한다.

7월 17일부터 신고포상금제 등 가맹사업법 시행령 개정안 시행

가맹본부로부터 가맹사업자를 보호하는 가맹사업법 시행령 개정안이 7월 17일부터 시행됐다.

◆ 신고포상금제 도입

7월 17일 이후부터는 가맹사업법 위반행위에 대한 증거를 제출하는 신고자 또는 제보자에게 포상금이 지급된다.
공정위는 가맹점주와 기타 이해관계자의 적극적인 제보를 통해 가맹거래 분야의 불공정거래 근절을 위해 신고포상금 제도를 도입했다. 가맹사업법 위반행위에 대한 신고 또는 제보를 하면 증거자료를 최초로 제출한 사람에게 최고 5억원의 포상금이 지급된다.

◆ 일방적 영업지역 변경금지

가맹본부가 가맹계약 갱신과정에서 상권의 급격한 변화, 유동인구의 현저한 변경 등의 사유가 발생하여 기존 영업지역을 변경하기 위해서는 가맹점사업자와의 합의를 반드시 거쳐야 한다. 가맹점사업자와의 합의 없이 영업지역을 변경할 시 공정위로부터 시정명령 또는 과징금의 제재를 받게 된다.

◆ 보복조치 금지

가맹점사업자가 분쟁조정신청, 서면실태조사 협조, 법위반 사실 신고 또는 공정위의 조사에 협조한 것을 이유로 가맹본부가 가맹점사업자에게 보복조치를 하는 행위가 철저하게 금지된다. 이러한 보복조치를 가하는 경우 가맹본부는 시정조치 및 과징금 등의 제재를 받게 되며, 여기에는 '징벌적 손해배상제'가 적용되어 가맹점사업자는 가맹본부를 상대로 그 피해액의 3배에 해당하는 금액까지 손해배상을 청구할 수 있다.

문화체육관광부 / 국회

8월 23일부터 음악 공연권 행사 범위 확대 시행

창작자의 음악 공연권 행사 범위를 확대하는 내용의 저작권법 시행령 제11조 개정안이 2018년 8월 23일부터 시행됐다.
저작권법 제29조 제2항에 따르면 반대급부를 받지 않고 상업용 음반 또는 영상물을 공연할 경우에는 저작권을 행사하지 못하도록 제한하고 있으며, 예외적으로 시행령 제11조에서 규정한 시설(업종)에 한해 권리를 행사할 수 있도록 허용하고 있다. 이와 관련, 국내 권리자와 학계에서는 공연권을 원칙적으로 인정하고 있는 해외 입법례에 비추어 국내 공연권 행사 범위를 확대해달라는 요구를 지속적으로 제기해 왔다.
문체부는 이러한 의견을 반영하여 음악사용 실태조사 및 경제적 분석('16.10~'17.2), 이해관계자 대상 의견수렴('17.3~'17.8) 등을 통해 창작자의 권익강화를 위해 공연권 행사 범위를 확대하는 시행령 개정안을 마련했다.
이에 따라, 기존 시행령 제11조는 단란·유흥주점, 대형마트, 백화점 등에서의 공연에만 저작재산권자의 이용허락을 받도록 되어 있었으나, 이번 개정안 시행으로 ▲커피전문점 등 비알코올음료점, ▲생맥주 전문점 및 기타 주점, ▲체력단련장, ▲복합쇼핑몰 및 그 밖의 대규모 점포(전통시장 제외)까지 저작재산권자의 공연권 행사 범위가 확대된다.
다만, 소상공인 등 시장에 대한 부담을 최소화하기 위해서 50㎡(약 15평) 미만 소규모 영업장은 공연권료(공연사용료+공연보상금) 납부 대상에서 제외했는데, 국내 음료⊠주점업의 경우 약 40%가 이에 해당하여 공연권료 납부 의무가 면제된다. 또한, 공연권료는 업종 및 면적별로 차등 지급하도록 했다.
▲음료점업 및 주점 월 4,000원~20,000원, ▲체력단련장 월 11,400원~59,600원 수준
문체부는 한국음악저작권협회, 함께하는음악저작인협회, 한국음악실연자연합회, 한국음반산업협회, 저작권단체연합회 등, 관련 단체와 함께 공연권료 납부 대상 확대와 관련하여 제도가 시행 초기에 성공적으로 정착할 수 있도록 지속적으로 협의해왔다.

특히, 공연권료 신규 납부 영업장에 충분한 정보를 제공하기 위하여 공연권료 납부 의무 및 방식 등에 대한 안내 설명서(리플릿)를 영업장에 단계적으로 배포하고, 설명회를 개최할 계획이다.(9. 3., 1차 설명회 개최, 한국저작권위원회)
또한, 자신의 영업장이 납부 대상인지의 여부를 확인할 수 있는 안내 누리집*을 제작하고, 각 단체별로 담당자를 지정하는 등 안내창구**를 마련했으며, 공연권료 납부 편의성을 제공하기 위해 문체부가 지정한 통합징수단체가 공연권료를 일괄 징수하는 통합징수제도도 적극 활용할 예정이다.

정무위원회, 원 구성 완료

공정거래위원회 등을 소관부처로 두고 있는 국회 정무위원회(이하 '정무위')가 20대 국회 후반기 원 구성을 완료했다. 후반기 정무위는 여야 포함 24명의 의원으로 구성되고, 위원장에 더불어민주당 민병두 의원이 선출됐다.
다음은 20대 후반기 정무위 의원 명단과 각 소위원회 위원장 명단이다.
▲위원장 민병두(더불어민주당)
▲더불어민주당(9) 정재호, 고용진, 김병욱, 유동수, 이학영, 전재수, 전해철, 제윤경, 최운열
▲자유한국당(8) 김종석, 김선동, 김성원, 김용태, 김정훈, 김진태, 성일종, 주호영
▲바른미래당(3) 유의동, 이태규, 지상욱
▲민주평화당(1) 장병완
▲정의당(1) 추혜선
▲무소속(1)정태옥
▲법안심사제1소위원회(12) 김종석,
▲법안심사제2소위원회(10) 유의동,
▲예산결산심사소위원회(8) 정재호,
▲청원심사소위원회(6) 김정훈

WRITE **이민찬**

미용 인재 양성 & 미용 기술 세계화 앞장!

가로수길 프랑크프로보

XEO HAIR

㈜뷰쎄 **신용진** 대표

㈜뷰쎄는 하이클래스 고객들을 대상으로 하는 프랑스 헤어살롱 '프랑크프로보'와 상대적으로 대중적인 '제오헤어' 2개의 브랜드를 운영하고 있다. 수도권을 중심으로 각각 11개와 100여개의 매장이 운영되고 있으며, 1990년 오픈한 압구정 제오헤어와 분당 제오, 가로수길 프랑크프로보 등 세 곳은 직영으로 운영되고 있다.

㈜뷰쎄 신용진 대표는 1997년 '제오헤어', 2005년 '프랑크프로보'를 론칭하며, 미용계의 리더로 등장했다. 이와 함께 '뷰쎄 아카데미'를 운영하며 미용 인재를 양성하는 한편, 국제적 규모의 헤어쇼와 세미나를 통해 한국의 헤어 살롱을 널리 알리는데 앞장서고 있다.

WRITE **신일영**·PHOTO **유연호**

국제 대회 '은상' 수상으로 상승

신 대표는 프랑스에서 열린 프랑크프로보 론칭 40주년 헤어쇼(2015)에서 이탈리아·스위스·일본의 출전자들을 제치고 최우수 콘셉트 상을 차지하며, 행사에 참여한 5,000여 명의 유럽 미용 관계자들에게 높아진 한국의 미용 기술력을 재확인시켰다.

남자 헤어 디자이너라는 개념 자체가 생소하던 1983년 처음 미용을 배우기 시작한 신 대표는 두꺼운 손을 가진 핸디캡에도 불구하고 피나는 노력으로 **1987년 ICD 국제미용대회 퍼머 부문에서 은상을 차지**했다. 일약 스타로 떠오른 그는 '자니윤 쇼' 등 각종에 방송에 출연하고 ▲1990년 헤어숍 헤어케어 오픈 ▲1997년 제오헤어 론칭 ▲2005년 프랑크프로보 론칭 등을 이어가며 미용계의 거장으로 자리매김했다.

"헤어디자이너로 업계에 입문하면서부터 기능대회에 참가하려고 많은 준비를 했습니다. '금상' 이상을 수상하면 국제대회에 참가할 수 있었기 때문이죠. 물론 성공하고 싶은 마음도 있었지만, 어린 마음에 해외에 나가보고 싶었던 마음도 적지 않았습니다. 그러나 하루에 네다섯 시간씩 자면서 준비를 했는데, 정작 출전자격이 미성년자로 제한돼 있더군요."

그러나 여기서 좌절하지 않고, ICD 국제대회에 참가를 결심한다. 당시 기성대회는 이미 수상자가 정해져 있다고 해도 과언이 아닐 정도로 부패해 있었지만, 도전 자체만으로도 의미가 있다고 생각했다. 그러나 그 대회에서 놀랍게도 은상을 차지한다.

"그 대회에서 상을 받은 것 때문에 지금 이 자리에 있을 수 있었다고 생각합니다."

그 대회에서 수상한 후 손님이 늘기 시작했다.

자신감을 얻은 신 대표는 당시 친분이 있던 미용계 동료들과 함께 방송에 출연하기로 결심한다. 동료들과 방송국에 직접 찾아가 출연 요청을 했고, 1988년 당시 가장 핫한 그램 "자니윤 쇼"의 출연 하게 된다. 이후에도 각종 프로그램에서 헤어쇼를 펼치며 이른바 스타 디자이너의 반열에 오르게 된다.

"방송의 대단함을 느꼈습니다. 지명 손님은 계속 증가했고, 1990년 드디어 헤어숍 헤어케어를 오픈하게 됐습니다."

직원 순환 시스템으로 초보 디자이너 적응 도와

뷰쎄의 직원시스템은 스텝으로 시작해 디자이너, 실장, 점장 순으로 진급한다. 스텝 교육은 S1, S2, S3, S4로 구분되며, 총 2년 과정을 거쳐야 디자이너 집중교육 SHIN5로 시작된다. 이렇게 디자이너 집중교육을 이수하면, 현장에서 100명의 커트 실습을 완수해야 비로소 디자이너로 인정받게 된다.

"이렇게 지난한 과정을 통해 디자이너로 진급하게 되지만, 정작 고객들은 막 진급한 초보 디자이너에게 함부로 머리를 맡기려 하지 않죠. 이럴 때 필요한 것이 직원 순환 시스템입니다."

직원 순환 시스템은 갓 진급한 디자이너를 인접한 지역의 다른 매장으로 보내는 것이다. 새로 온 디자이너에 대해 선입견 없이 대해주기 때문이다. 메가프랜차이지의 경우, 특히 이런 직원 순환 시스템에 무척이나 용이하다.

*제오헤어의 강점 중 하나이기도 한 메가프랜차이지는 복수의 가맹 매장을 운영하는 가맹점주를 뜻하는 말이다. 현재 이대점 점주의 경우, 4개의 매장을 운영하고 있다.

"100명의 오너가 총 300개의 매장을 운영하는 것이 목표입니다."신 대표의 말이다.

뷰쎄콘테스트 통해 실력 향상

"성장을 하려면, 기회가 있어야 하고 계기가 있어야 합니다."

신 대표는 해외대회에서의 수상경력이 자신의 성장에 큰 밑거름이 됐다고 생각하고 있다. 대회를 준비하면서 기술적으로도 성장했지만, 다른 참가자들로부터 더 배우고 스스로의 단점도 찾을 수 있었다는 것이다. 신 대표가 뷰쎄콘테스트를 열게 된 배경이다.

뷰쎄콘테스트는 2004년부터 시작돼 총 13번을 치러졌다. 매 대회마

다 4~500명의 선수가 참가해 기량을 겨루고, 단일 대회로는 최다 참가 인원을 자랑하며 제오헤어와 프랑크프로보를 합한 1,000여 명의 인턴 및 헤어 디자이너들만을 대상으로 한다.

"직원들이 성장하기 위해서는 기술교육이 필요합니다. 대회를 통해 경쟁하면서 자신의 현재 위치와 실력을 가늠하고, 부족한 부분을 보완할 수 있게 되는 것이죠. 뷰쎄콘테스트는 3회 대회까지는 참가를 독려했지만, 이후로는 자발적 참여가 늘고 있습니다. 디자이너들이 대회를 통해 스스로 성장한다는 것을 체험해왔기 때문에 이제는 스스로 참가를 희망하고, 더 나가서는 후배들의 참여를 독려하죠."

뷰쎄콘테스트는 여러 가지 효과를 파생시킨다. 디자이너의 실력 향상과 고객 만족도 상승, 그리고 이로 인한 매출 상승 등이 그것이다. 특히 매너리즘에 빠지기 쉬운 베테랑 디자이너의 경우, 매년 열리는 대회 준비와 후배들의 노력과 성장을 보며 스스로를 채찍질하게 된다. 뷰쎄콘테스트 수상자에게 주어지는 특전도 동기부여를 자극한다. 상금뿐만 아니라 파리연수 전액지원과 일본연수 전액지원 및 일본대회 출전자격은 본인의 이력에 새로운 경력을 추가하는 기회가 될 수 있기 때문이다.

외국 기술 도입으로 기술 격차 해소

프랑크프로보를 론칭한 이유도 같은 맥락이다. 유럽과 140년 정도의 격차가 있는 우리 미용기술 수준을 한 단계 끌어올려 이 격차를 줄이자는 것이다. 우리나라 사람이 손기술은 좋지만, 이에 비해 창조적이지 못하다. 따라서 이를 극복하기 위해 프랑크프로보의 원천기술을 국내에 보급함으로써 유럽과 우리나라의 기술 격차를 줄이고 있다.

뷰쎄의 디자이너들은 타 브랜드 디자이너들보다 더욱 다양하고 정교한 기술을 습득한다. '신의 한수'였다고 평가되는 프랑코프로보와의 업무협약과 국내 사업권 획득 때문이다. 매 시즌 전 세계 헤어 트렌드를 선도하는 프랑크프로보로부터 각종 트렌드와 기술 등을 한발 앞서 전달받음으로써 가장 핫한 스타일을 고객에게 제안할 수 있게 된 것이다. 신 대표와 뷰쎄 대표 강사들은 매년 봄·가을 시즌에 앞서 파리 현지를 방문, 프랑크프로보에서 새로운 스타일과 기술을 배우고 이를 뷰쎄 디자이너들에게 전수하는 과정을 10여 년째 이어오고 있다. '프랑크프로보'는 현재 전 세계에 800개의 지점이 운영되고 있다. 또한, 프랑크프로보가 전개하는 장루이다비드, 파비오살사 등 11개 브랜드의 3,000개 정도의 지점이 있다.

'공유가치' 창출로 상생 꿈꿔

신 대표는 "미용업계가 더욱 발전하기 위해서 '공유가치' 창출을 통한 혁신이 필요하다"고 주장한다. '공유가치'는 기업의 가치를 사회와 공유하는 개념이며, 동반자로서 서로 협력해 시장의 성장과 발전방안을 모색하고 지원을 아끼지 않는데 의의를 둔다. 신 대표는 이를 실천하기 위해 직원들과 함께 수익을 창출하고, 사회적·경제적으로 성장해 나가는 것을 희망한다. 공유가치 창출을 통해 함께 생존하고 발전해가기를 희망하는 것이다. "직원이 회사 성장을 위한 도구가 아닌, 그들의 진정한 성장을 돕는 경영인이 되고 싶다"는 말이 이를 설명해주고 있다. KFN

제오헤어 서현역점

한국 부동산 시장의 변화와 혁신을 이끌어 갑니다!

RE/MAX Korea

RE/MAX Korea **신희성** 대표

세계 최대 글로벌 부동산 기업 RE/MAX, LLC.의 한국 마스터 프랜차이즈 RE/MAX Korea(이하 리맥스코리아)는 고객에게는 선진 부동산 중개 서비스를, 사업주에게는 부동산 중개업을 영위하기 위한 선진 사업 모델을 제공하고 있는 기업이다. "Everybody Wins"라는 핵심 가치를 내세우고 국내 부동산 시장의 새로운 패러다임을 만들어 가고 있는 리맥스코리아의 신희성 대표를 만나 보았다.

WRITE **김지영**·PHOTO **이명철**

부동산 중개업의 패러다임 변화에 주목, 철저한 준비와 지원으로 전문성을 확보하다

"미국, 캐나다, 유럽 등지에서 지난 40년간 투명하고 신뢰성 있는 선진 부동산 서비스를 펼쳐 온 곳이 리맥스입니다. 전 세계 99개국, 6,830여 가맹점과 10만여 명 이상의 중개사 네트워크를 구축하고 있으며, 리맥스만의 세분화된 교육 프로세스로 빼어난 전문성을 갖추고 있는 점이 이를 증명합니다."

리맥스코리아는 2013년부터 2년여의 준비기간을 거쳐 2015년부터 국내에서 본격적으로 활동을 시작했다. 현재 직영점을 포함해 14개의 지사가 활동하고 있으며, 4개의 지사가 조만간 오픈할 예정이다. 연혁이 그리 길지 않지만 빠른 성장을 보이는 것은 아마도 탄탄하고 신중한 준비가 있었기 때문일 것이다. 직영점으로 정식 계약 후 6개월의 트레이닝 기간을 거쳐 활동하게 되는 것도 고객에게 신뢰감을 줄 수 있도록 충분한 준비시간을 갖는 것이다. 현재 리맥스코리아 본사는 전 세계 동종업계에서 독보적 위치를 차지하고 있다.

이는 "가맹점의 성공 없이는 리맥스가 존재할 수 없고, 가맹점의 성공은 고객 만족 없이는 이룰 수 없다"라고 하는 리맥스코리아의 가치와 통한다. 그래서 리맥스코리아는 고객과, 중개사, 가맹점이 모두 만족하는 비즈니스 영위를 위해 부동산 중개소의 성공에 필요한 요소를 구체적으로 분석하고, 가맹점이 이 요소들을 확보하도록 끊임없이 지원하고 있는 것이다.

대부분 우리나라 부동산 중개사무소는 공인중개사 1인체제로 운영된다. 이렇게 소규모로 운영되다 보니 서비스 품질이 낮고, 중개사가 속한 지역의 물건 외에는 정보가 부족한 상황에서 소비자들에게 매매나 임대차를 유도하는 상황이다. 신희성 대표는 이에 대해 국내 부동산 시장은 대부분 고객은 없고, 판매자만 존재하는 기형적 형태라고 말한다. 대부분의 부동산 거래에서 고객이 정말 필요한 정보는 배제된 채, 판매에 필요한 정보만 제공되고 있는 것에 대해 구매자와 매도자 모두에게 필요한 정보를 제공하는 시스템이 아쉬운 것이다. 그래서 신 대표는 중개의 서비스 질을 높이기 위해서는 소비자들이 선택할 수 있는 옵션이 많아야 하고, 개별 중개사나 에이전트가 전문적으로 컨설팅을 할 수 있는 역량 확보의 중요성을 강조하였다.

실제 우리나라 수익형 부동산 시장의 패러다임이 바뀌고 있다. 대규모 오피스빌딩은 물론 중소형 빌딩 시장에 이르기까지 중개법인을 통한 거래가 늘고 있으며, 과거 단순 매매와 임대차 중개만 담당했던 중개법인들도 규모를 키우고 있다. 또한 전문 컨설팅을 무기로 부동산 시장에 활력을 불어넣고 있다.

"부동산중개업은 현재 영업 및 서비스 위주로 패러다임이 바뀌고 있습니다. 그래서 부동산중개업은 별도 산업이 아닌 서비스 산업으로 편입될 필요가 있습니다. 또한 서비스 품질을 높이기 위해서는 대형화를 통한 광역 네트워크 구축, 실무자 위주 지속적 교육 및 관리, 법률, 회계, 금융 컨설팅 능력 확보 등을 추진해야 합니다."

물건관리시스템의 혁명, RE/Search를 론칭하다

지난해 6월 리맥스코리아는 주거용/상업용을 아우르는 전국 단위의 부동산 통합물건관리가 가능한 시스템 "RE/Search"를 개발, 오픈했다. RE/Search는 RE/MAX와 Research의 합성어인데, RE/Search는 기본적인 건물의 임대 및 매매정보부터 건물의 사진, 건축물 대장, 임대료 변화까지 제공하면서 해당 물건의 정보와 히스토리를 한 눈에 파악할 수 있게 하여 부동산 중개시장에 없어서는 안 될 중요한 정보매개 역할을 하고 있다. 이를 통해 부동산 에이전트는 매물관리, 매수관리, 고객관리, 계약관리 등을 One-stop으로 담보할 수 있으며, 임대 및 매매 수요 발생 시 즉각적으로 관련 마케팅을 수행할 수 있는 시스템 활용이 가능하게 됐다.

"지난 30여 년 동안 세계 부동산 시장을 선도해 왔던 리맥스(RE/MAX)의 명성에 걸맞게 리맥스코리아가 물건관리 프로그램에서도 가장 선진적이고 최적화된 시스템을 개발 · 출시한 것으로 자부합니다.

RE/Search는 특히 물건 등록, 관리 기능을 기본적으로 탑재했을 뿐 아니라 향후 시장 트렌드에 대한 과학적 분석 및 전망, 그리고 등록 물건의 리맥스 글로벌 네트워크와의 공유 등 지금까지 선보인 물건관리 프로그램과는 질적으로 차별화된 새로운 개념의 시스템으로 발전시켜 나갈 것입니다."

올해 4월에는 RE/Search의 DB 및 콘텐츠를 리맥스코리아 홈페이지(remax.co.kr)와 연동시키는 리뉴얼 작업을 완료했다. 최첨단 상세검색 기능과 정보 클린시스템을 탑재해 이용자들에게 신뢰할 만한 최적의 부동산 정보를 제공할 수 있게 된 것이다.

또한 신 대표는 외국인들이 한국에 신뢰할 만한 사업자가 부족하다고 하는 얘기를 듣고, 포털사이트 등 국내에 존재하는 다양한 관련 기업의 신뢰도가 낮다고 분석하였다. 그래서 한국에도 200만 명 이상의 외국인이 거주하고 있는 현실을 반영, 이들을 위해 안정적으로 정보를 제공할 때가 됐다고 생각하여 최근에는 국내 최초로 영문 물건정보 제공 서비스를 오픈하기도 했다.

최대 규모 글로벌 부동산 네트워크의 중심이 되다

리맥스는 전 세계 100여 개국을 연결하는 세계 최대의 부동산 네트워크를 가진 글로벌 부동산회사다. 그래서 국내 기업이나 개인 고객의 해외 부동산 매입과 매각 및 자산관리, 외국 자본의 국내 부동산 투자컨설팅 등 다양한 분야에서 글로벌 부동산 토털 서비스 제공이 가능하다. 실제 리맥스가 운영하는 홈페이지는 현재 'GPS(Global Property Search)' 서비스를 제공하고 있다. 여기에는 리맥스가 진출해 있는 100여 개국의 약 120만 건의 부동산 물건이 등록되어 있는데, 이민이나 해외 부동산 투자를 고려하는 사람들이 현지 부동산 가격을 조사할 수 있는 매우 편리한 시스템이다. 신희성 대표는 미국, 호주, 싱가포르, 유럽 등에서 내가 원하는 가격대의 물건을 한글 및 원화로 검색해 보는 것은 그 자체만으로도 흥미로운 경험이 될 것이라고 자신한다.

리맥스코리아는 해외 리맥스와의 연계망을 활용해 올 하반기부터 국내 최초로 해외 각 국가별 부동산 투자에 대한 구체적이고 전문적인 서비스를 본격적으로 제공할 계획이다. 실제 온라인 서비스 외에도 해외부동산 고객들을 위한 다양한 행사를 진행한 바 있으며, 지난해 4월에는 서울경제신문과 공동으로 '해외부동산 투자포럼'을 벨레상스호텔에서 성황리에 개최하기도 했다.

특히 지난 8월 27-29일에는 용산 서울드래곤시티에서 열리는 '리맥스 아시아퍼시픽컨벤션(APC)'을 치렀다. 미국과 캐나다, 25개국 아시아 국가들이 참여하는 교류와 소통의 장이라 할 수 있는 이 컨퍼런스에서 '해외 부동산 포럼'을 개최했다. 해외 8개국의 현직 리맥스인들이 국내외 투자자들을 대상으로 객관성을 담보한 투자정보들을 설명하는 자리로, APC에서는 처음 선보인 프로그램이라 더욱 의미가 컸다.

"최근 해외부동산 투자에 대한 관심이 크게 늘어나고 있는 현실에 반해 해외부동산 투자컨설팅을 체계적으로 제공하는 회사는 거의 없습니다. 하지만 리맥스는 전 세계 11만 명의 에이전트가 한 몸처럼 움직이는 글로벌 최강의 부동산 네트워크인 만큼 해외부동산 고객들의 니즈에 부합하는 최적의 서비스를 제공할 수 있을 것으로 자부합니다."

45년의 전통과 노하우를 가지고 있는 리맥스의 브랜드파워, 그리고 전 세계 12만 명 이상의 회원이 거대 인트라넷을 통해 각국에서 수집한 다양한 정보를 공유할 수 있어 성장 가능성이 무궁무진한 리맥스코리아가 이끌어 갈 부동산 시장의 변화와 혁신이 기대가 된다. KFN

www.remax.co.kr
www.global.remax.com

세계 최고 포화 · 최저임금 직격탄 2020년 폐업 대란설…연착륙 유도 · 구조조정 시급

편의점 시장이 아우성이다. 가뜩이나 세계 최고 포화도와 비싼 임대료, 카드수수료 부담 등으로 힘겨운데 급격한 최저임금 인상 직격탄까지 맞았다. '알바가 사장보다 더 번다'는 말은 더 이상 놀랍지 않다. 이제는 '알바가 편의점 본사 신입사원보다 더 번다'는 말까지 나돈다. 그러나 편의점 대란의 모든 책임을 최저임금에만 뒤집어 씌우면 곤란하다. 사실 편의점 위기론은 어제오늘의 일이 아니기 때문이다. 1인 가구 증가로 편의점 시장은 계속 성장하지만 점포당 수익성은 뚝뚝 떨어지고 있다. '한 지붕 두 편의점'이란 말이 나올 만큼 점포가 너무 많아서다. 이웃나라 일본과 대만은 편의점당 배후인구가 2200명 안팎이지만, 한국은 1300명이 채 안된다. 국내 부동산 시장에서 '몰세권', '숲세권'은 있어도 '편세권(편의점과 가까운 권역)'은 없는 것도 편의점이 도처에 널려있기 때문이다. 편세권 여부에 따라 집값에 프리미엄이 붙는 '편의점 왕국' 일본과 다른 점이다.

이처럼 어차피 대수술이 필요했던 편의점 시장에 최저임금 인상은 '트리거(trigger)'가 됐다. 반토막 난 신규 출점, 야간영업 포기, 다점포율 감소 등 시장은 이미 구조조정에 돌입한 모습이다. 2020년께 편의점 폐업 대란설도 일파만파 커져간다. 사면초가에 빠진 한국 편의점 시장의 문제와 해법을 알아봤다

WRITE 특별취재팀 : 노승욱, 강승태, 나건웅 기자

총론
韓, 편의점당 배후인구 1200명 '일본의 절반' 매출보다 점포 더 빨리 늘어… 과당경쟁 심각

2007년부터 편의점 사업을 시작한 A씨. 생각보다 장사가 잘돼 1년에 1~2개씩 늘리다 보니 한때는 10개 이상 운영하는 '메가 프랜차이지(다점포 점주)'가 됐다. 20개 출점도 고려하던 그는 그러나 지난해 편의점을 5개로 줄였다. A씨 점포 주변에 편의점이 우후죽순 생겨난 데다 올해 최저임금이 16.9%나 인상돼 인건비 부담이 커진 때문이다. A씨는 "내년 최저임금도 8350원으로 올라 수익성이 더 악화됐다. 현재 운영 중인 편의점도 마저 정리할 계획이다"라고 토로했다.

국내 편의점 시장에 '최저임금발 구조조정'이 본격화되는 분위기다. 안그래도 지나친 출점 경쟁으로 몸살을 앓던 편의점 생태계가 건전한 성장으로 전환되는 계기가 될지 주목된다.

업계에 따르면, 현재 편의점 점주의 월평균 수입은 200만원 안팎. 점주가 주 5일(월~금) 8시간씩 일하고 나머지는 알바를 고용했을 때 기준이다. 시급으로 환산시 1만1500원이 좀 안 된다. 대개 최저임금(7530원)을 받는 알바보다 더 번다지만 1억원 가까운 점포 투자비를 감안하면 나을 게 없다. 여기에 내년 최저임금 8350원이 적용되면 알바 인건비로 한 달에 60만원 이상이 추가로 나간다.

편의점 본사 관계자는 "알바보다 못 버는 점주가 올해 10명 중 1명이 채 안됐다면 내년에는 10명 중 2명에 달할 것이다. 특히 주휴수당과 야간수당(주간 시급의 50% 할증)을 모두 받는 직영점 야간 알바는 시급이 1만5000원에 달한다. 내부에서는 '본사 신입사원보다 직영점 야간 알바가 더 잘 번다'는 말이 나올 정도다"라고 토로했다.

생계를 위협받게 된 점주들은 급기야 단체 행동에 나섰다. 전국편의점가맹점협회는 내년 최저임금의 급격한 인상을 이유로 가맹수수료율 등 거래조건 변경을 가맹본부에 요청했다. 또 담배와 종량제 쓰레기 봉투에 붙은 세금에도 점주가 카드수수료를 내왔다며 정부를 상대로 이들 상품에 지난 5년간 납부해온 카드수수료를 돌려달라는 반환청구 소송에 나서기로 했다.

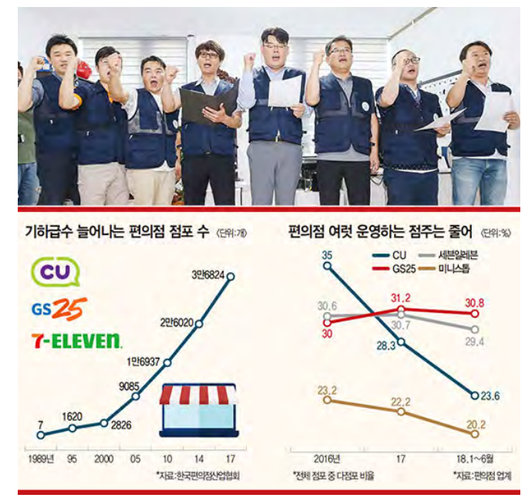
소상공인연합회도 외식업중앙회 등 주요 소상공인 단체와 함께 지난 7월 24일 '소상공인 생존권 운동연대'를 출범, 최저임금 인상에 대한 '불복종 운동'에 나섰다. 자영업자 단체가 이처럼 일사불란하게 정부에 반기를 들고 나서는 것은 유례를 찾아보기 힘들다. 그 만큼 최저임금 인상 여파가 심각함을 보여준다.

단, 편의점 문제의 책임을 최저임금에만 돌리는 것은 부당하다는 반론도 만만찮다. 김태년 더불어민주당 정책위의장은 "편의점이 24시간 운영하기 때문에 최저임금에 민감한 것은 사실이다.

그러나 편의점 "점주의 어려움이 최저임금 때문만은 아니다. 산업부 자료에 따르면, 지난해 편의점 업계 매출 증가액이 11%였는데 점포수 증가율은 14%였다. 점포당 매출액이 감소할 수밖에 없다. 최저임금보다 과당경쟁이 더 큰 문제"라고 말했다. "

실제 '편의점당 배후인구'는 일본과 대만이 약 2200명, 우리나라는 약 1200명으로 포화도가 두 배 가까이 높다. 업계에서는 본사와 점주의 무분별한 출점경쟁이 한계에 다다른 만큼 우량 점포 중심의 통폐합이 시급하다고 입을 모은다.

업계 관계자는 "대만은 2014년 편의점이 1만개 돌파했을 때 포화라고 판단, 이후 출점 속도를 3분의 1로 줄였다. 일본은 지난 5월 편의점 수가 5만8205개로 전월 대비 46개 감소했다. 이제 한국 편의점도 점주에게 퇴로를 열어주고 구조조정을 유도하는 연착륙에 나서야 한다"고 말했다.



한국 편의점 어쩌다 이 지경에
-창업설명회 '한산'… 거리로 나선 점주들
-묻지마 출점한 본사·점주…정부는 방관

지난 7월 말 편의점 A사와 B사 창업설명회. 예비창업자를 가장하고 기자가 방문했을 때 설명회장에는 직원 혼자 문을 등지고 앉아 스마트폰만 만지작거리고 있었다. 인기척을 느낀 직원이 급하게 일어나며 설명을 시작하려 했다.

"왜 아무도 안왔냐"는 기자의 질문에 직원은 "최근 3일간 창업설명회에 오겠다던 분들이 모두 취소했습니다. 하지만 날씨가 더워서 그런 거예요. 별 문제는 없습니다"라며 설명을 이어갔다. "뉴스만 보면 편의점

이 금방 망할 것 같죠. 하지만 시장은 계속 성장하고 있습니다. 2030년이면 1인 가구 비중이 30%, 서울은 48%에 달할 겁니다." 30대 초반 기자에게도 본사 직원은 "여전히 편의점 미래는 밝다"며 창업을 종용하고 있었다.

그간 '창업 0순위'였던 편의점 인기가 뚝 떨어졌다. 올 상반기 출점 속도가 지난해 같은 기간 대비 반토막 났고, 1~2년 전 적게는 2명, 많게는 10명 가까이 참석하던 창업설명회에도 발길이 끊겼다. 기존 점주들은 정부의 급격한 최저임금 인상에 반발하며 '불복종 운동', '카드수수료 반환청구 소송' 등 대(對) 정부 투쟁에 나섰다. 지난 3월 4만개를 돌파하며 거침없이 성장하던 편의점에 급제동이 걸린 모양새다. 어쩌다 이 지경이 됐을까. 한국 편의점의 건전한 성장을 저해한 '편의점 4대 적폐'를 살펴봤다.

무분별한 출점 경쟁 몰두한 본사 시장 포화에도 매일 10개 '미친 출점'

지난 7월 말 한 골목은 물론, 한 건물에도 편의점이 여럿 들어설 만큼 포화도가 심각해진 데에는 점포를 마구 내준 편의점 본사의 책임이 가장 크다.

본사는 "1인 가구 증가로 편의점 시장이 계속 성장하고 있다"며 예비창업자를 꼬드긴다. 편의점 시장이 지속 성장하고 있는 것은 맞다. 그러나 본사가 숨기는 사실이 있다. 편의점 시장 성장속도보다 훨씬 빨리 점포가 늘어나 '점포당 매출'은 하락세라는 것이다.

산업통상자원부에 따르면, 편의점 점포당 매출은 지난해 2월 사상 처음 전년 동월 대비 감소한 후 올 1월까지 12개월 연속 감소했다. 지난 2월부터는 소폭 회복세를 보였지만 5월 증가율은 0.1%로 사실상 제자리걸음에 불과했다. 반면 같은 기간 편의점 전체 매출 증가율은 9.1%로 백화점(1.8%), 대형마트(-4.5%), SSM(-1.2%)를 압도했다(오프라인 매장 기준). 즉 편의점 시장 성장의 열매는 본사가 취하고 포화에 따른 손실은 오롯이 점주가 지고 있는 상황이다.

편의점 수익성이 악화되자 업계는 출점 속도를 지난해의 절반으로 줄였다. 그러나 여전히 하루 10개 가까이 전국에서 편의점이 순증하고 있다. 이같은 '미친 출점'이 계속된다면 2020년께 국내 편의점은 5만개를 돌파, 편의점당 배후인구가 1000명 이하로 떨어질 가능성도 배제할 수 없다.

수수방관해 사태 키운 공정위 근접출점 허용해 무한경쟁 부추겨

정부의 부실한 관리감독도 도마 위에 오른다. 공정위는 근접출점을 사실상 허용함으로써 무분별한 편의점 출점을 부추겼다는 지적이다.

지난 1994년 편의점 업계는 경쟁 브랜드 간 근접출점을 막기 위해 '기존 점포와 80m 이내에는 신규출점을 하지 않는다'는 협정을 맺었다. 하지만 2000년 공정위는 '경쟁사간 담합 행위'로 판단, 이를 무효화시켰다. 공정위의 제재(?)로 '한 지붕 두 편의점'이 가능해졌고 무한경쟁 시대가 열리게 됐다.

그러나 공정위가 근접출점 제한을 담합으로 판단한 것은 편의점의 특성을 간과한 것이라는 게 전문가들의 지적이다. 강병오 중앙대 산업창업경영대학원 창업컨설팅학과장(FC창업코리아 대표)은 "식당이나 커피전문점은 가게마다 맛과 인테리어, 서비스 등이 제각각이지만 편의점은 담배, 음료, 식품 등 공산품 판매가 대부분이어서 브랜드 간 차별화가 거의 안 된다. 사실상 모든 브랜드가 동일 브랜드라고 봐도 무방할 정도"라고 주장했다.

상황이 이렇게 되자 편의점 업계는 최근 다시 공정위에 근접 출점 제한을 허용해 달라는 내용의 건의서를 전달했다. 염규식 편의점산업협회 상근부회장은 "편의점 가맹본부는 근접출점 제한이 필요하다고 보지만 공정위는 아직 담합 행위로 규정하고 있다. 공정위와 대화를 통해 이 문제를 적극 검토할 계획"이라고 말했다.

하지만 공정위 관계자는 "출점을 제한하면 기존 대형 사업자가 '나눠먹기식'으로 시장 점유율을 고착화하는 담합을 저지를 수 있다. 신규 사업자 시장 진입이 어려워지고 소비자 이익도 줄 수 있어 신중히 결정할 문제"라며 여전히 기존 입장을 고수했다.

묻지마 창업한 점주 최고 포화에도 투자위험 높은 '완전가맹' 선호

편의점은 프랜차이즈 사업이다. 점주 동의 없이 본사 마음대로 출점할 수 없다. 세계 최고 수준 포화에 이르게 된 데에는 '묻지마 창업'에 나선 점주 탓도 있다.

점주가 섣불리 편의점 창업에 나섰음을 보여주는 지표는 '가맹 타입 비율'이다. 편의점은 보증금, 임대료 등 창업비용을 본사와 점주 중 누가 더 부담하느냐에 따라 가맹 타입이 크게 2가지로 나뉜다. 점주가 점포비용 대부분을 부담하면 '완전(또는 순수) 가맹', 본사 소유 점포를 점주가 운영만 하면 '위탁 가맹'이다. 전자는 점주가 본사에 지급하는 수수료나 로열티가 적은만큼 수익이 높지만, 그만큼 투자 리스크도 점주가 떠안는다. 그럼에도 국내 편의점의 약 70%는 이같은 완전 가맹 타입으로 오픈한다. 완전 가맹 타입 비율이 3~20% 수준에 불과한 일본, 대만보다 훨씬 '공격적 투자'를 하는 셈이다.

업계 관계자는 "편의점 포화설이 수년 전부터 불거졌음에도 이처럼 공격적으로 투자하는 것은 매우 위험하다. 철저한 시장 분석 없이 고수익에 대한 환상을 품고 뛰어드는 경향이 있다"고 우려했다.

편의점에 더 가혹한 카드 수수료 - 점주보다 카드사가 더 벌어

편의점은 전형적인 박리다매 사업이다. 점포당 연 평균 매출은 5억~6억원에 이르지만 실제 점주 소득은 약 2500만원에 불과, 영업이익률이 5% 정도에 그친다. 문제는 비슷한 소득을 거두는 타 업종 대비 카드 수수료를 훨씬 많이 낸다는 것. 현행 카드 수수료 산정 방식에 따르면 연 매출 5억원 초과시 매출의 2.5%를 수수료로 떼간다. 매출 5억원 이하 중소가맹업자는 1.3%, 3억원 이하 영세업자는 0.8%다. 실제 소득은 영세업자에 가깝지만 카드수수료는 그보다 3배 이상 내는 셈이다.

업계에 따르면, 편의점당 카드수수료 지출은 월평균 70만원 안팎에 달한다.

이는 대기업 가맹점 수수료와 비교했을 때 더 가혹해 보인다. 대형마트 등 대기업 가맹점은 영세업자보다도 낮은 0.7%에서부터 시작한다. 현재 20대 대기업 평균 수수료율은 1.38%다. 경기 고양시의 한 편의점 점주는 "물건을 많이 사주면 가격을 낮춰주는 게 시장 이치라지만 대기업 가맹점보다 영세 편의점이 카드 수수료를 더 낸다는 것은 문제가 있다"고 토로했다.

오히려 카드사가 점주보다 더 많이 벌어가는 경우도 있다. 대표적인 품목이 담배다. 4500원짜리 담배 한 갑을 카드로 계산할 때 세금(3318원)과 원가를 제외하면 수익은 고작 405원. 여기서 카드 수수료로 카드사에 112.5원을, 가맹본사에 88.5원을 내면 점주에게 돌아오는 수익은 204원에 불과하다. 문제는 담배가 편의점 매출 절반에 육박한다는 것.

여론을 의식한 신용카드 업계는 8월부터 일반 가맹점에 한해 카드 수수료율을 최대 0.3%포인트 인하하기로 결정했다. 단, 인하 폭이 크지 않아 실효성이 떨어진다는 지적이 나온다. 전국편의점가맹협회 관계자는 "담배 가격에서 세금이 차지하는 비중은 70%가 넘는다. 현행 체제에서는 세금에 해당하는 결제액까지 카드 수수료를 내야 한다. 단순히 수수료율만 낮추기보다 담배처럼 세금 비율이 높은 품목을 수수료 산정에서 제외하는 것이 더 효율적이다"라고 강조했다. KFN

국가, 문화, 경제 및 생활양식에 따른 소비자 마케팅의 변화

PROFILE
유상목
現 FranOn Corporation 대표
現 ㈜미스터힐링 상임고문
現 프랜차이즈산업연구원 전문위원
前 ㈜김가네 기획실장
前 (사)한국프랜차이즈협회 사무총장
前 세계프랜차이즈총회 서울대회 사무국장

전통적인 소비자 마케팅 활동은 특정 소비자 그룹에 도달할 수 있도록 세부적으로 계획되고 체계화되었다. 오늘날의 글로벌 마케팅 환경은 급격하게 변화했으며 적절한 변화를 하지 못한 기업은 효과적으로 경쟁할 수 없다. 전 세계적으로 2018년 소셜 미디어에서 마케팅을 하지 않으면 중국, 인도 및 인도네시아에서 6억 명이 넘는 중산층 소비자에게 접근할 수 없게 된다.

1. 새로운 마케팅 환경

몇몇 새로운 트렌드는 글로벌 소비자 마케팅 환경을 근본적으로 바꿔 놓았고 대상 소비자에게 회사의 메시지를 전달하기 위해 새로운 접근 방식, 기술 또는 고려 사항이 필요했다.

다음은 사례이다.

- **사업가 모델** 오늘날의 밀레니엄 세대는 점점 더 기업가적이며 표준 9-to-5 일과(오전 9시에서 오후 5시)를 독립성과 자유를 가진 새로운 라이프 스타일의 유연시스템으로 바꿨다. 결과적으로 카페, 체육관 및 거리에는 이전의 하루일과 동안 적은 교통량이 있었지만 오늘날의 글로벌 도시에서는 하루 종일 바쁘다. 소비자 기반은 습관이 바뀌었고 전통적 마케팅 도구와 기술은 소비자에게 다가가기 위해 바뀌고 업데이트 되어야 한다. 소셜 미디어와 모바일 기술이 핵심이다.
- **'외침' 문화** 권력을 가진 소비자는 알게 된 부정 또는 남용을 밝히기 위해 소셜 미디어를 사용하여 해당 브랜드에 시정 또는 적절한 행동을 취하라는 압력을 행사한다. 기업은 가능한 빨리 문제 또는 일의 진행을 알기 위해 강력한 소셜 미디어의 존재를 유지하고 부정적인 영향을 최소화하기 위해 가능한 빨리 조치를 취해야 한다.
- **변화하는 라이프 스타일** Euromonitor International(영국 시장조사기관)은 Uber, AirBnB, Rent the Runway 등과 같은 서비스의 '공유 경제'에 초점을 맞추면서 오늘날보다 소비자 중심적인 사회 지향적이며 소비자들이 보다 단순한 행동 패턴으로 이동하면서 눈에 띄는 소비를 줄이고 있다고 보고한다. 그들은 사회적 책임에 중점을 둔 환경 친화적인 제품 및 회사이다.
- **혁신** 기업은 끊임없는 혁신을 촉진하고 고객, 프랜차이즈 등의 정보를 수집하여 최신 소비자의 취향과 경향을 충족시킬 뿐만 아니라 급변하는 비즈니스의 요구를 충족시키는 새로운 트렌드를 이끌거나 창출할 수 있는 방법과 기술에 중점을 둘 필요가 있다. 인스턴트 통신, 글로벌 인터넷 액세스 및 높은 수준의 소셜 미디어 사용으로 인해 생성되는 환경이다.
- **소셜 미디어 트렌드** 소셜 미디어 사용자 수는 전 세계적으로 빠르게 증가하고 있다. 2018년 4월 현재 전 세계에 22억 명의 Facebook 사용자가 있다. Facebook을 사용하는 인구 비율은 다음과 같은 주요 시장에서 상승했다.

캐나다 68%, 멕시코 65%, 콜롬비아 63%, 브라질 61%, 독일 46%, 중부 유럽 48%, 호주 69 %, 태국 75%, 인도네시아 52%, 일본 30%, 인도 20%, 중국에서는 Tencent의 WeChat 플랫폼이 최근 월간 10억 명의 사용자를 확보했다. (표 참조).

국가	인구	회원	%
China (WeChat)	1.42 billion	1 billion*	49.47%
India	1.35 billion	270 million	19.94%
United States	326.77 million	240 million	73.45%
Indonesia	266.79 million	140 million	52.47%
Brazil	210.87 million	130 million	61.65%
Mexico	130.76 million	85 million	65.01%
The Philippines	106.51 million	69 million	64.78%
Vietnam	96.49 million	58 million	60.11%
Thailand	69.18 million	52 million	75.16%
United Kingdom	66.57 million	45 million	67.59%
Central Europe	58.42 million	28 million	48.10%
Colombia	49.64 million	31 million	62.67%
Canada	39.95 million	25 million	67.65%
Peru	32.55 million	22 million	67.58%
Australia	24.77 million	17 million	68.63%

* WeChat 사용자는 일반적으로 여러 계정을 만든다.

- **Millennials** 오늘날 세계에서 가장 큰 세대로서, 그들의 선택에 따라 미국에서 중국으로의 사업이 치열해지고 있다. 기업은 소셜 미디어를 통해 가장 효과적으로 밀레니엄 세대에 접근할 수 있다. 20억의 세계 밀레니엄으로 인해 기업은 현지 음식, 독창적 음식, 그들이 느끼고 믿을 수 있는 음식을 맛보게 되었다. 중국의 경우, 이전 한 자녀 정책에도 불구하고, 4억명의 밀레니엄이 있다. 모건 스탠리(Morgan Stanley)는 인도의 4천1백만 밀레니엄 세대가 2020년까지 매년 3천5백억 달러를 소비할 것이라고 추정했다.

2. 국가별 주요 소비자 특성

다음은 Santander Trade 포털의 보고서를 기반으로 살펴본 주요 시장의 소비자 특성 중 일부다.

- **캐나다** 소비자는 제품의 품질, 원산지, 구성 및 가격에 중점을 둔다. 그들은 광고와 새로운 경향에 반응하며 고품질 애프터서비스 또는 고객 지원을 요구한다. 스마트 폰과 기타 모바일 장치가 점점 더 많이 사용됨에 따라 높은 수준의 인터넷 구매(2017년 17% 증가)를 보여준다. 소비자 신뢰도가 높아지면 소비 수준이 높아진다.
- **멕시코** 최근 몇 년 동안 소비자의 부의 증가로 "시간이 부족해" 시간과 돈을 절약할 수 있는 양질의 제품이나 서비스에 대한 수요가 증가했다. 거래에 초점을 맞추는 대신 소비자는 브랜드 충성도를 기반으로 관계를 형성하는 것을 선호한다. 스마트 폰 보급률은 인구의 133%(1인당 평균 1대 이상)에 이른다.
- **브라질** 최근 몇 년간 경기 침체로 인해 소비자는 브랜드 충성도가 낮아지고, 보다 저렴한 옵션과 특별행사를 찾고 있다. 그러나 경제가 2018년에 계속 고착화되면서 브랜드에 대한 기회가 증가할 것이다. 인구의 2/3(66%)는 인터넷을 사용한다.
- **영국** 소비자는 광고에 잘 반응하며 제품의 가격, 디자인, 품질 또는 환경 이익에 중점을 둔 광고를 선호한다.
- **스페인** 국가 소비자 특성에는 제품 및 서비스 가격이 포함된다. 낮은 브랜드 충성도(지불 시설 및 애프터서비스; 새로운 제품보다 알려진 제품에 대한 선호도)가 포함된다. 스페인은 프랜차이즈 기회를 위한 가장 개선된 투자환경 중 하나다.
- **독일** 인구는 8,100만 명 이상으로 유럽에서 가장 큰 소비자 시장이다. 주요 특성으로는 브랜드 충성도가 낮고 가격 및 품질에 더 중점을 둔다. 50세 이상의 소비자는 제품, 오락 및 할인가격의 건강 측면에 중점을 둔 가장 큰 구매 그룹이다.
- **중국** 소비자는 점점 더 정교해지고 브랜드 인지도는 높으며 제품 품질에 더 중점을 둔다. 이 나라는 7억 명 이상의 소셜 미디어 사용자, 3억 명의 온라인 쇼핑객 및 현금 없는 구매에 대한 수요가 증가하고 있다. 광고는 개인보다는 단체에 초점을 맞추고 있으며 주요 소비자는 22세에서 40세 사이에 분포하고 있다.
- **인도** 13억 인구 증가로 인도는 2025년까지 세계에서 세 번째로 큰 소비재시장이 될 것이다. 소비자는 자신이 알고 있는 브랜드를 구매하므로 광고 및 판촉에 대한 투자가 중요하다. 소비자는 브랜드 의식이 있지만 브랜드 충성도는 아니다. 신선한 제품을 선호한다(일주일에 2~ 3일 구매). 부가 가치가 있는 제품과 서비스를 선호하며 시골 소비자는 점점 더 많은 요소가 되고 있다.
- **일본** 급속하게 노령화된 인구는 '실버' 제품 및 서비스에 중점을 둔다. 먹거리와 오락 활동이 인기가 있으며, 환경 혜택과 할인된 제품에 중점을 두고 있다. 브랜드 충성도가 감소하는 동안 가격 및 품질에 대한 관심이 증가하고 있다.
- **호주** 1 인당 GDP는 4만6,790달러로 높은 소비수준을 나타낸다. 구매력은 지난 15년 동안 43% 증가했다. 호주인들은 새로운 제품과 대체 제품에 대한 선호도를 보여주고 새로운 기술을 선호하는 얼리어답터이며 호주의 거의 모든 프랜차이즈(95%)가 지방에 있다.

p.s. 이글을 기고한 William Edwards는 Edwards Global Services (EGS)의 CEO이며, 이 기사는 150년의 국제프랜차이즈 경험 있는 EGS의 미국 팀이 만들었다. KFN

영업지역의 침해행위 관련 유의사항

가맹사업이 성공적인 높은 매출을 달성하기 위해선 일반적으로 유동인구가 많고 주요 소비층이 활발하게 오고 가는 지역을 선점하는 것이 무엇보다 중요할 것이다. 하지만 이러한 위치의 영업지역에는 다수 외부 경쟁업체와의 경쟁이 더욱 치열할 뿐만 아니라, 가맹본부와 가맹점사업자 간에도 이해관계가 매우 민감한 영업지역이 될 가능성이 높다.
현행 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 '가맹사업법')을 보면, 가맹본부는 가맹사업자와 가맹계약을 체결할 시 가맹점사업자의 영업지역을 설정하여 가맹계약서에 이를 기재하도록 되어 있다. 가맹본부가 가맹계약서에 영업지역을 표기하지 않는 것은 가맹사업법상 금지된다.

PROFILE
WRITE **황보 윤**
종합법률사무소 공정 대표 변호사
- 공정거래 조정원 위원
- 김&장,세종 변호사
- 가맹사업법 제정 및 가맹거래사 시험출제위원
- 공정거래위원회 심판총괄담당관
- 공정거래위원회 법무담당관 / 약관심사관
- 부산 동부지검 검사(22기)
T 02-598-6000

또한, 가맹계약 기간 중 가맹점사업자의 영업지역 안에서 가맹점사업자와 동일한 업종의 자기 또는 계열회사의 직영점이나 가맹점을 설치하는 행위도 가맹점사업자의 계약상 권리를 침해할 수 있다. 또한, 이는 가맹본부에게 이중의 이익을 취득하도록 하는 결과가 초래될 경우 공정한 거래를 방해할 수 있기 때문에 가맹사업법상 금지된다.

다만 가맹사업법 제12조의4 제2항 및 같은 법 시행령 제13조의4에 따르면 상권의 급격한 변화 등 예외적인 사유가 발생하는 경우에는 가맹계약 갱신과정에서 가맹본부와 가맹사업자간 협의를 통해 기존 영업지역을 합리적으로 변경할 수 있다.
상기 내용을 좀 더 구체적으로 살펴보면 가맹사업법상의 영업지역 침해의 금지란, 가맹본부에게 가맹점사업자의 영업지역을 보장할 의무를 지우고, 이에 위반하여 부당하게 가맹계약기간 중 가맹점사업자의 영업지역 안에서 가맹점사업자와 같은 업종의 자기 또는 계열회사의 직영점이나 가맹점을 설치하는 행위를 금지하는 것이다.
이 같은 가맹점사업법상의 영업지역 침해금지 규정이 경쟁의 촉진을 진정으로 보장하기 위해서는 외부 상표 간 경쟁뿐만 아니라 상표 내 경쟁까지 촉진시켜야 함에도 불구하고, 상권이 겹치는 지역 내에서 직영점이나 가맹점의 설치를 당사자의 자율적 계약이 아닌 법률로 까지 금지하는 것이 과잉금지의 문제가 있다는 지적도 있을 수 있다.
하지만 가맹본부가 가맹계약을 위반하여 가맹계약기간 중 가맹점사업자의 영업지역 안에서 가맹점사업자와 동일한 업종의 자기 또는 계열회사의 직영점이나 가맹점을 설치한다면, 가맹점사업자의 계약상 권리를 침해하고 가맹본부의 2중적 이익의 취득으로서 결국 공정한 거래를 해하기 때문에 금지된다.

가맹본부는 가맹계약 체결 시 가맹점사업자의 영업지역을 설정하여 가맹계약서에 이를 기재하여야 한다. 즉, 가맹본부가 가맹점사업자의 영업지역 설정 및 보장을 하는 것이 의무가 된 것이다.
가맹본부는 정당한 사유 없이 가맹계약기간 중 가맹점사업자의 영업지역 안에서 가맹점사업자와 동일한 업종의 자기 또는 계열회사의 직영점이나 가맹점을 설치하는 행위를 하여서는 아니 된다. 여기서 동일한 업종인지 여부는, 수요층의 지역적, 인적 범위, 취급품목, 영업형태 및 방식 등에 비추어 동일하다고 인식될 수 있을 정도의 업종을 말한다.

따라서 가맹본부가 가맹점사업자의 영업지역을 변경 조정하거나, 가맹점사업자의 영업지역 안에 가맹본부 등의 직영점을 설치하기 위해서는, 상권의 급격한 변화 등 기존 영업지역을 그대로 유지하는 것이 현저히 불합리하다고 인정되는 경우라야 한다.
현행 가맹사업법시행령에 의하면 예컨대 1) 재건축, 재개발 또는 신도시 건설 등으로 인하여 상권의 급격한 변화가 발생하는 경우, 2) 해당 상권의 거주인구 또는 유동인구가 현저히 변동되는 경우, 3) 소비자의 기호변화 등으로 인하여 해당 상품, 용역에 대한 수요가 현저히 변동되는 경우, 4) 기타 위 세 가지 경우에 준하는 경우로서 기존 영업지역을 그대로 유지하는 것이 현저히 불합리하다고 인정되는 경우에만 영업지역의 변경이 허용된다.
이러한 경우 영업지역의 변경 조정 등은 가맹계약 갱신과정에서 가맹본부와 가맹점사업자가 협의를 통해서 기존 영업지역을 합리적으로 변경할 수 있다. KFN

대형 몰에 최적화, 셀프형 아이템으로 인기

가성비·낮은 인건비·안정적 집객 보장

풀잎채(대표 정인기)가 20년 한식 노하우를 담아 론칭한 프리미엄 셀프 한정식 '사월에 보리밥과 쭈꾸미'(이하 사월에)가 메뉴 가성비와 낮은 인건비, 안정적 매출로 좋은 반응을 얻고 있다. 사월에는 지난 4월 커피전문점과 같은 셀프 배식과 셀프 퇴식 시스템을 처음 도입했다. 카운터에서 선주문 결제 후, 진동벨이 울리면 주문한 메뉴를 받아오는 식이다. 사월에 측은 이 방식을 도입하며 인건비 비율을 20% 내외로 낮췄다고 설명했다.

WRITE **신일영**·PHOTO **사월에보리밥과쭈꾸미**

사월에 관계자는 "최근 최저시급 인상에 따라 '인건비 부담은 늘고 가맹점 수익은 낮아질 것'이라는 업계 전망을 감안하면, 타 브랜드와 뚜렷하게 차별되는 대목"이라고 강조한 후, "셀프 한식은 점주에게는 인건비 부담을 덜게 해주고, 고객에게는 그만큼의 메뉴 가성비를 높여주는 장점이 있다"고 설명했다. 이 관계자는 또 "셀프형 매장은 인건비가 낮은 대신 일반 매장보다 메뉴가격이 낮다. 1만원 이하의 가격으로 3색 건강한 요리를 즐길 수 있어 고객만족도가 높다"고 설명했다.

사월에는 매장 운영의 간소화와 효율성을 추구했다. 메뉴 구성은 시그니처 메뉴 2~3가지 중심으로, 조리과정은 본사에서 완제품 형태로 들여오거나 표준 레시피대로 간단히 배합하면 되게끔 했다. 또한 기본메뉴인 보리비빔밥은 샐러드바에서 고객이 직접 가져다 먹도록 해 상차림을 최소화했다.

이와 함께 사월에는 몰 창업에 최적화된 시스템으로 평가받고 있다. 특히 날씨와 계절에 구애받지 않고 안정적 매출을 보장하며, 집객이 용이한 장점으로 12개의 가맹점 모두 대형 몰에 들어서 있다. 최근 들어서만도 뉴코아아울렛 평택점과 뉴코아아울렛 동수원점, 뉴코아아울렛 일산점 등 대형 몰 세 곳을 연달아 오픈하며, 이를 입증했다.

부담 없는 3색 건강 요리로 가성비 UP!

사월에 메뉴는 최근 트렌드를 반영, 서양식 원플레이트 요리를 한식에 접목한 것으로 크게 두 가지다. '보냉칼세트'(7,900원)는 ▲무한리필 보리비빔밥과 ▲칼칼한 국물에 향긋한 미나리가 어우러진 즉석 얼큰 미나리 칼국수, ▲매장에서 직접 뽑는 수제 함흥 비빔냉면으로 구성된다.

'쭈냉피세트'(9,900원)는 ▲무한리필 보리비빔밥과 ▲매콤한 불맛 쭈꾸미 볶음, ▲꿀에 찍어먹는 고르곤졸라 꿀피자, ▲수제 함흥 비빔냉면으로 구성된다. 무한리필 보리비빔밥(5,900원)은 단일메뉴로 주문 가능하다.

한편, 사월에는 지역이나 몰 특성에 맞게 탄력적으로 운영된다. 디큐브점과 부천상동점, 목동점 등은 일반형 매장으로, 뉴코아아울렛 입점매장은 셀프형 매장으로 운영된다. 물론 그에 따라 가격도 다르다.

***사월에를 운영하는 ㈜풀잎채는 두부제조기계 개발로 시작하여 20여 년 오직 한식 외길을 걸어온 기업이다. '건강한 한식의 본가'를 슬로건으로 산지에서 온 제철 먹거리와 한식 본연의 깊은 맛을 담은 천연 조리법으로 건강하면서 가성비 높은 한식을 구현해왔다. 2013년 1월 국내 최초로 프리미엄 한식뷔페 '풀잎채'를 선보였으며, 2015년 한국소비자원 고객만족도 조사에서 1위를 차지했다. 뿐만 아니라 건강한 보리한식당 '사월에보리밥과쭈꾸미', '전복죽 주는 냉면집' 등 바쁜 도시인을 위한 이로운 건강식을 선보이고 있다. 20년 노하우로 전통의 맛을 담은 가장 '한식다운 한식'을 선보이고 있다. 계열사로 바른 식자재 물류기업 ㈜ PIC Food Way와 참먹거리공장 ㈜PIC Food System 등이 있다.** KFN

사월에 쭈꾸미 메뉴

사월에 보리밥 메뉴

뉴코아아울렛 일산점

짐보리, 짐보리 플레이앤뮤직 2018 가을학기 회원 모집

한국짐보리(주)짐월드(대표 박기영)가 짐보리 플레이앤뮤직의 올해 가을학기 회원을 모집하고 있다.

짐보리 플레이앤뮤직(Play&Music)은 부모와의 애착 형성을 기반으로 아이들의 성장 발달에 맞춰 체계적으로 구성된 영·유아 놀이 프로그램으로, 어린이 개개인의 발달 속도에 맞춰 즐거운 놀이 환경을 제공한다.

'플레이·뮤직·아트·맥포머스' 등으로 구성된 짐보리의 모든 프로그램은 어린이의 정서·발달사항을 고려해 유아교육 전문가들에 의해 정교하게 개발됐다. 아이들은 짐보리 플레이앤뮤직의 놀이 프로그램을 통해 각 단계에서 성취돼야 할 발달 목표를 성취하게 된다.

짐보리 플레이앤뮤직 가을학기는 8월 27일부터 11월 25일까지 진행된다. 23일부터 등록이 가능하며 학기가 시작된 이후에도 수시로 등록이 가능하다.

맘스터치, 소아암 어린이 위해 3000만원 후원금 전달

버거&치킨 브랜드 맘스터치(회장 정현식)는 8월 10일 한국백혈병소아암협회에 후원금 3000만원을 전달했다.

이번 기부금은 맘스터치의 사회공헌활동인 '지구방위대 스쿨어택땅'과 '이천수의 근본투어'의 적립금을 합산해 마련됐다.

지구방위대 스쿨어택땅은 김병지, 현영민, 최진철, 이천수 등 월드컵 축구 스타들과 '슛포러브(Shoot for Love)' 팀이 전국의 중·고등학교를 대상으로 게릴라 축구 대결을 전개한 프로그램으로, 승리할 때마다 경기당 200만원의 기부금이 적립됐다.

이천수의 근본투어는 동영상 조회수 1회당 1원의 기부금이 소아암 환아의 치료비로 적립됐으며 총 조회수가 1123만4095회에 달했다.

기부금은 전액 백혈병소아암 환아의 치료비와 성장 교육 프로그램, 소아암 부모활동가 양성 등에 사용될 예정이다.

돈까스클럽, 수제맥주 양조장 '홉머리 브루잉' 인수

외식프랜차이즈 전문기업 돈까스클럽(대표 이규석)이 수제맥주 양조장을 인수해 돈까스클럽 매장에 수제맥주를 선보인다고 7월 25일 밝혔다.

돈까스클럽은 수제맥주 시장의 성장세, 식사하면서 가볍게 한잔하는 소비자 문화 확산에 따라 지난 4월 수제맥주 양조장 '홉머리 브루잉 컴퍼니'를 인수하기로 결정했다.

이번 인수를 통해 돈까스클럽 많은 소비자들에게 돈까스클럽 양조장에서 직접 제조한 수제 맥주를 가까이 접하고 맛볼 수 있는 기회를 제공하고, 돈까스클럽 메뉴와의 비어 푸드페어링을 널리 알릴 예정이다.

돈까스클럽 매장에서 현재 판매 중인 수제맥주는 아메리칸 에일, 서울스타우트, 제주 IPA, 헤페 라떼 총 4종이다. 현재 돈까스클럽 7개 매장에서 우선적으로 만나볼 수 있으며, 단계적으로 전체 가맹점으로 출시를 늘려나갈 예정이다.

(주)김家네, 어린이 공모전 수상작 담은 김밥 패키지 8월 한정 출시

(주)김가네(회장 김용만)가 8월부터 한 달 간 '2018 가정의달 어린이 공모전'의 금상 수상작을 기념 인쇄한 김밥 패키지를 전국 매장을 통해 선보였다.

올해로 5회째를 맞이한 '김가네 가정의달 어린이 공모전'은 어린이들의 꿈과 희망을 응원하고 김가네 브랜드 인지도를 제고하기 위한 캠페인으로, 지난 5월 '가족사랑'을 주제로 한 창작그림을 접수 받았다. 올해 금상 수상작의 주인공은 온양풍기초등학교 1학년 성윤후 어린이로, 작품명은 "아빠, 시원하세요?"이다.

김가네는 고객들의 큰 사랑에 보답하고자 가정의달 어린이 공모전, 독서 장려 캠페인, 달력 공모전 등 고객이 참여할 수 있는 공모전과 사회적 캠페인을 다양하게 전개하고 있다.

특히 올해 2018 김가네 달력에 이어 어린이 공모전 김밥 패키지 등 고객 참여를 통해 이끌어낸 수상작들을 김가네의 고객 마케팅 및 커뮤니케이션 활동에 접목해 선보이면서, 고객과의 소통을 강화하고 있다.

(주)크린토피아, '크린토피아+코인워시' 콜센터 서비스 론칭

(주)크린토피아(대표 이범돈)가 '크린토피아+코인워시'의 콜센터 서비스를 7월 25일부터 정식 론칭했다.

해당 서비스는 세탁편의점과 코인빨래방이 접목된 멀티숍 '크린토피아+코인워시' 이용자의 편의성을 높이고, 점주의 상시 고객 응대에 대한 부담감을 낮추기 위해 마련됐다. 매장에 직원이 상주하지 않는 심야 시간과 주말 및 공휴일에 발생하는 문의 사항을 빠르게 해결할 수 있도록 돕는다.

일반적인 기계 사용법이나 결제 방법, 매장 이용 시간 및 위치에 대한 문의는 전문 상담원을 통해 안내를 받을 수 있다. 세탁 중 기기 멈춤으로 세탁물을 꺼낼 수 없거나, 누수 및 정전, 안전상의 문제가 발생한 경우에는 콜센터 접수를 통해 즉시 점주에게 연락이 돼 빠른 해결이 가능하다.

한편, (주)크린토피아는 '크린토피아+코인워시'를 대상으로 콜센터 서비스를 시작하며, 추후 '코인워시365' 매장으로 서비스 제공을 확대할 예정이다.

바늘이야기, '소잉디자인페스티벌' 독립부스 운영

(주)바늘이야기(대표 송영예)가 7월 26일부터 29일까지(4일간) 서울 코엑스에서 개최된 '소잉디자인페스티벌'에서 독립부스를 운영했다.

개인의 개성과 독특한 스타일이 담긴 작품을 만나볼 수 있는 '2018 핸디아티코리아'와 동시에 개최된 소잉디자인페스티벌은 국내 최초 소잉 전문 전시회로 소잉과 퀼트 분야의 전문 작가가 참여했으며, 다양한 결과물도 선보였다.

(주)바늘이야기의 송영예 대표는 국내 최초 DIY전문 몰 개설로 손뜨개의 열풍을 일으켰다. '너무 쉽고 예쁜 손뜨개'의 발행을 시작으로 15권의 책을 발행한 베스트셀러 작가이기도 하다. (사)한국손뜨개협회를 발족해 취미를 넘어 전문가로 활동할 수 있는 토대를 마련했다.

행사 기간중 코엑스 C홀 바늘이야기 부스 방문시 '와인마개커버', '털모자 악세서리', '털모자 미니어쳐' 만들기 체험도 진행했다. 체험비는 3000원이었지만 바늘이야기 앱을 설치하면 무료로 참여할 수 있었다.

풀잎채, 롯데백화점 분당점 리뉴얼 오픈

프리미엄 한식뷔페 풀잎채(대표 정인기)가 8월 8일 '롯데백화점 분당점'을 리뉴얼 오픈했다. 풀잎채 롯데백화점 분당점은 6가지 맛집으로 구성된 '무한별식 맛집 공간'이 특징이다.

6가지 맛집은 5060 여성층의 꾸준한 인기를 모았던 메뉴를 기본으로, 맛집이나 퓨전 요리를 선호하는 다변화된 고객의 입맛을 반영해 구성했다. 20년 두부맛집 민속두부마을의 별미메뉴 '두부보쌈'을 중심으로, 수제 함흥 냉면 '함흥집', 풀잎채 시그니처 메뉴인 가마솥밥을 양념게장, 양념더덕과 함께 즐기는 '영월곤드레집', 옛날 돈까스 브랜드 '경성경양식', 베트남 본연의 맛을 살린 '랑포 하노이 쌀국수', '디저트 팩토리' 등으로 각각 전문점의 맛과 개성을 살려냈다.

풀잎채 관계자는 "최근 풀잎채는 가짓수만 많은 뷔페가 아니라, 가성비 트렌드에 맞게 전문점 퀄리티를 제대로 갖춘 전혀 새로운 형태의 맛집 뷔페를 시도하고 있다."며 "다만 분당점 리뉴얼은 백화점이라는 상권 특성을 반영, 백화점 메인 타깃인 5060 여성층의 입맛을 저격할 맛집들로 특별히 구성했다"고 말했다.

장수돌침대, '올해의 브랜드 대상' 12년 연속 수상

장수돌침대(대표 장순옥)가 한국소비자포럼에서 주최하는 '올해의 브랜드 대상'에 12년 연속 수상을 했다. 올해의 브랜드 대상은 브랜드별 대국민 투표를 통해 각 분야별로 한 해를 빛낸 최고의 브랜드를 선정한다. 올해 약 110만명의 소비자가 참여한 투표에서 장수돌침대가 기능성침대 부문 1위에 선정되며 당당히 대상을 거머쥐었다.

이번에 12년 연속으로 올해의 브랜드 대상을 수상한 장수돌침대는 국내는 물론 중국 소비자가 뽑은 '대한민국 올해의 브랜드 대상'에서도 3년 연속, 최고의 브랜드로 선정됐다.

장수돌침대는 최근 하이브리드 온돌소파 '코모라도(Comolado)' 및 다양한 돌소파 시리즈들을 출시하며 침실에서 거실까지 사업영역을 확대하고 있다. 장수돌침대 관계자는 "침실뿐만 아니라 거실에서도 뜨끈한 돌침대가 필요할 것 같다는 발상의 전환으로 온돌소파를 만들었다"며, "싱글침대와 같은 사이즈라는 점에서 1인 가구로도 이미 찾는 사람들이 많다"고 말했다. 돌소파 외에도 안마의자 등 헬스케어 제품으로도 카테고리를 확장, 건강한 생활을 위한 장수돌침대의 연구는 계속되고 있다.

말자네 약속다방, 감성 강조한 파스텔 톤으로 브랜드 리뉴얼

커피브랜드 '말자네 약속다방'이 고객의 마음을 사로잡는 '감성 디자인'으로 브랜드를 리뉴얼하며 호감도를 높이고 있다.

'말자네 약속다방'은 맥주전문 브랜드 '말자싸롱'으로 잘 알려져 있는 외식전문기업 ㈜금탑에프앤비(대표 최성수)가 운영하는 프랜차이즈커피브랜드다. '말자네 약속다방'은 24온즈 빅사이즈 커피와 '생과일음료'를 전문으로 판매하는 카페다. 높은 가성비와 특유의 감성을 살린 인테리어로 젊은 층을 중심으로 SNS에서 입소문을 타고 있다.

말자네 약속다방이 최신 트렌드를 반영하여 매장 전반전인 분위기를 '감성 컨셉'으로 변경했다. 브랜드 컬러인 노란색으로 포인트를 살리면서 더욱 편안함을 느낄 수 있도록 파스텔 톤을 사용했다. 차분하면서도 온화한 분위기를 연출하며 머물고 싶은 감성 공간으로 인테리어를 리뉴얼했다.

이렇게 완성된 감성 공간은 다양한 고객층을 흡수하면서 매출 증대에도 기여하고 있다는 것이 브랜드 관계자의 설명이다.

샤브보트, 1인 샤브 '샤브보트' 몰캉스족 증가에 매출 '쑥'

(주)채선당(대표 김익수)의 1인샤브 전문점 '샤브보트'가 '몰캉스' 효과를 톡톡히 봤다.

폭염으로 야외 나들이 대신 백화점과 복합몰을 찾는 고객이 늘면서 '샤브보트'의 7월 한달간 매출은 전월대비 20% 이상 증가했다.

특히 지난 4월 오픈한 샤브보트 롯데몰 은평점의 경우 7월에 전월 대비 40% 이상 증가한 매출을 기록했다. 롯데몰 은평점의 경우는 매장 바로 윗층에 롯데시네마가 입점해 있고, 같은 층에는 롯데월드 키즈파크가 있어 피서철 복합몰에서 다양한 활동을 즐기려는 고객들이 급증한 것이 매출 증가의 요인으로 분석되고 있다.

이 외에도 샤브보트 센트럴시티 강남점의 매출이 7월 들어 80% 상승하고, 홈플러스 파주운정점은 37%, 스타필드 고양점도 33% 상승하는 등 백화점 및 대형 복합쇼핑몰에 입점한 샤브보트 매장들의 매출이 크게 늘었다.

죽이야기, 전국 매장 찾아가는 '현장 경영' 시행

한식 프랜차이즈 죽이야기(대표 임영서)는 임영서 대표가 직접 가맹점에 찾아가 가맹점주와 만나는 '현장 경영'을 시행한다고 7월 31일 밝혔다.

이번 현장 경영은 지난해까지 진행돼 온 가맹점주와의 공청회를 대체하기 위해 임 대표가 직접 구상하고 마련했다. 가맹점주들의 시간을 절약하고 본사 슈퍼바이저와 함께 직접 찾아가 가맹점들의 애로사항을 직접 청취하고 경영에 반영한다는 방침이다.

또한 최근 프랜차이즈 업계가 어려움을 겪고 있는 가운데 대표가 직접 가맹점을 순회함으로써 가맹점주의 의욕을 고취시키고, 각각 다른 상권에 위치한 가맹점들의 맞춤형 지원 방안까지 재점검한다는 계획이다.

실제로 지난 7월 16일부터 경상 지역에서 실시된 1차 현장 경영 결과 많은 가맹점이 경기 침체로 인해어려움을 겪고 있는 것으로 파악됐으며, 이를 해결하기 위한 다양한 개선 아이디어 및 매장 운영 노하우가 모아졌다.

파리바게뜨, '미스터 션샤인' 속 관련 제품 인기

파리바게뜨(대표 권인태)는 드라마 '미스터 션샤인'의 공간적 배경인 '불란셔 제빵소'에 등장한 제품들을 잇따라 출시하면서 소비자들로부터 호평을 받고 있다.

업계에 따르면 파리바게뜨는 tvN 드라마 '미스터 션샤인' PPL을 위해 제작진과 협의해 '불란셔 제빵소'라는 콘셉트를 개발하고 '불란셔'라는 이름을 활용한 불란셔 치즈빵, 감자빵, 우엉빵 등을 선보였다.

특히 '무지개 카스테라'는 등장인물 간 팽팽한 긴장감을 고조시키는 중요한 매개체로, 주요 장면에 자연스럽게 등장해 시청자들의 눈길을 사로잡았다.

미스터 션샤인에 나왔던 '알사탕'의 SNS 인스타그램 해시태그 게시물은 3000건, '불란셔제빵소' 게시물도 2000 여 건이 넘는다

파리바게뜨 꽃빙수는 드라마 속에서 '빛깔 고흔(고운) 얼음을 갈아 꽃처럼 맹근(만든) 여름 별미', '한 떨기 꽃잎처럼 고와 애기씨 같다'고 소개되며 SNS를 중심으로 인기를 얻고 있다.

와바 탭하우스, 수제맥주를 더 맛있게 "눈과 입이 즐거운 신메뉴" 선보여

인토외식산업(대표 이효복)의 수제맥주 전문점 '와바 탭하우스'가 2018년 여름 신메뉴를 출시했다.

와바 탭하우스는 맥주 성수기인 여름에 수제맥주에 어울리는 총 9가지의 다양한 안주를 준비했다. 매운 맛을 선호하는 한국인의 입맛에 딱 맞는 '사천식 새우볶음'은 곁들인 숙주나물과 함께 입맛을 돋운다.

맥주와 궁합이 좋은 '반건조 갑오징어' 의 쫄깃한 식감은 와사비 마요네즈에 콕 찍어 먹으면 입안 가득 유쾌한 맛으로 미각을 자극한다.

미국식 스테이크 '카우보이 스테이크'는 또띠아와 함께 쌈으로 즐길 수 있고, 일본식 '치즈폼은 함박 스테이크'는 쿠킹호일 안에서 자글자글 조리해 보는 즐거움과 먹는 즐거움을 충족시킬 수 있는 아이디어 메뉴로 고객을 사로잡는다.

또한, 건강함을 추구하는 트렌드에 맞춰 혈액순환과 피부미용, 다이어트에 좋은 오징어 먹물이 들어간 '블랙 치킨'으로 까다로운 고객의 입맛을 사로잡기 위해 나섰다.

꾼노리, 룸식 주점의 명가 '꾼노리', 건대점 리뉴얼 오픈

(주)빅토리어스(회장 김금자)는 지난주 룸식 주점의 명가 '꾼노리' 건대점을 리뉴얼 오픈했다고 밝혔다.

건대역 로데오상권의 한 점포에서 10년이 넘도록 영업을 하고 있는 꾼노리 건대점은 지층 포함 4층 구조에 30여개 전좌석 모두 개별 룸식 테이블을 구비하고 있다. 한자리에서 롱런하고 있는 만큼 단골 손님도 많다. 이번에 리뉴얼 오픈한 꾼노리 건대점은 손님들에게 폭발적인 반응을 얻고 있다.

꾼노리 본사 관계자는 "꾼노리는 10년 이상 국내 외식 문화 및 주점 프랜차이즈 창업 시장을 선도해오고 있는 브랜드로, 테이블이 개별 룸 구조로 조성되어 있어 손님들이 본인들만의 편안한 술자리를 가질 수 있는 것이 특징이다"며, "이번 리뉴얼 오픈으로 손님들에게는 깔끔하고 예쁜 모습을 지속적으로 보여드릴 수 있도록 노력할 것이며, 예비 창업점주님들에게는 플래그샵 매장으로 제 2의 도약을 해 나가는 꾼노리가 되고자 한다. 리뉴얼 이후 많은 분들의 창업 문의가 이어지고 있다" 고 전했다.

(주)CJ푸드빌 뚜레쥬르, '착한빵 캠페인'으로 나눔빵 100만개 기부

(주)CJ푸드빌(대표 구창근)은 뚜레쥬르 착한빵 캠페인으로 기부한 나눔빵이 100만 개를 돌파했다고 8월 13일 밝혔다.

'착한빵 캠페인'은 뚜레쥬르가 우리 농산물로 만든 신제품을 '착한빵'으로 지정해 출시하고, 이 제품이 2개 팔릴 때마다 '나눔빵'(뚜레쥬르가 기부에 활용하는 간식빵)을 1개씩 적립해 전국 155개 '나눔 실천 매장'을 통해 아동복지시설 등 사회 취약 계층에 기부하는 사회공헌활동이다.

뚜레쥬르는 지난 2014년 9월 착한빵을 처음 선보인 후 하동 녹차, 해남 감자, 고창 흑보리, 강원 쌀 등 지역특산물을 활용한 착한빵 제품을 개발해 연 2회 출시하고 있다. 착한빵은 우리 지역 특산물을 주재료로 해, 우리 작물 알리기와 제품개발을 통한 농가판로 확보 등 CJ푸드빌의 농가 상생 의지를 담고 있다.

매월 두 번째 금요일을 '착한빵 나눔데이'로 지정하고 (주)CJ푸드빌의 전 임직원들이 아동복지시설을 방문해 봉사활동과 함께 나눔빵을 직접 전달한다. 현재까지 참여한 임직원 수만 누적 5600명에 달하며, 방문한 복지시설은 8900곳이 넘는다.

네네치킨, 가맹점주 자녀 대상 2018 네네 캠프 진행

대한민국 대표 치킨 전문 프랜차이즈 네네치킨(대표 현철호)은 8월 6~8일 2박 3일간 네네치킨 가맹점주 자녀를 대상으로 2018 네네 캠프 행사를 진행했다고 8월 14일 밝혔다.

올해로 3회를 맞은 이번 캠프는 가맹점주와의 상생 도모를 위한 것으로, 바쁜 사업으로 인해 자녀 교육에 신경 쓸 시간적 여유가 부족한 가맹점주의 애로사항을 반영해 마련했다.

네네치킨 가맹점주 자녀 48명은 경기 양평군 설매재 자연휴양림으로 떠나 각종 체험에 참여했다.

아이들은 팀빌딩 게임을 비롯해 마술 및 버블 공연, 보물찾기, 명랑운동회, 자유 수영, 물총 게임, 물놀이 이벤트, 레크레이션, 불꽃놀이 등을 즐기며 부모와 뜻 깊은 시간을 보냈다.

더불어 네네치킨 생산 본부인 충북 음성 공장을 견학하고 수료식도 진행했다. 이와 함께 아이들에게 문화상품권과 미니 손 선풍기, 닭 모양 USB, 단체티 등을 선물로 제공했다.

'얌샘김밥', 제 1회 영상공모전 당선작 5명 선정, 총 상금 500만원 시상

분식전문점 프랜차이즈 '얌샘김밥'(대표 김은광)이 지난 6월 1일부터 7월 15일까지 영상공모전 'PRODUCE 얌샘 SEASON 1'을 진행, 8월 3일 오전 10시 신길동에 위치한 본사에서 시상식을 진행했다.

앞서 얌샘김밥은 총 상금 500만원 규모로 '얌샘김밥'의 브랜드와 메뉴를 알릴 수 있는 영상, 또는 얌샘김밥 관련 웹드라마로 참여 폭을 넓혀 공모전을 진행했다.

최종 당선작은 ▲대상 김성신 作 '인생김밥이라 쓰고 얌샘김밥이라 읽는다', ▲최우수상 최유근 作 '얌샘웹드라마', ▲우수상 김근영 作 '촬영장편', 유병근 '야미쿨리 새미쿨라' ▲특별상 이종민 作 '얌샘김밥이 사랑 받는 이유' 등으로 발표됐다.

약 한 달 반에 걸쳐 진행된 공모전 기간 동안, 출품작은 다양한 장르에서 총 500여 편이 접수되었고 이날 시상식에서는 대상에 상금 300만 원, 2등(1명)에 100만원, 3등(2명) 각 50만 원의 상금과 상장이 수여됐다.

피자에땅, 신메뉴 출시 기념 사이드메뉴 할인 행사

피자에땅(회장 공재기)이 신메뉴 울트라 콤비네이션 피자와 마불 피자 출시를 기념해 사이드 메뉴 할인 이벤트를 진행한다고 8월 1일 밝혔다.

본 이벤트를 통해 울트라 콤비네이션 피자 및 마불 피자 구매 시 피자에땅의 인기 치킨 사이드 메뉴인 치킨텐더(10개), 베이크 윙봉(7개)을 50% 할인된 가격에 만나볼 수 있다.

기존 9000원에 판매하던 치킨텐더(10개)를 4500원에 7500원에 판매하던 베이크윙봉(7개)을 3250원에 판매하는 이번 이벤트는 8월 1일부터 9월 30일까지 총 61일간 진행될 예정이다.

피자에땅 관계자는 "신메뉴 2종에 보이는 소비자들의 높은 관심에 보답하고자 특별 할인 이벤트를 기획했다"며, "이번 사이드메뉴 할인 이벤트와 함께 피자에땅을 더욱 푸짐하고 맛있게 즐길 수 있게 되길 바란다"고 말했다.

해피브릿지협동조합, 청년창업지원사업 '리얼창업생존기' 지원

해피브릿지협동조합(대표 이효성)이 동대문구사회적경제지원센터가 주관하는 청년들 창업지원사업인 '리얼창업생존기' 프로젝트를 지원한다.

'리얼창업생존기' 프로젝트는 만 19세부터 39세의 외식 창업을 꿈꾸는 청년들이 성공적으로 창업할 수 있도록 지원하는 것. 실전 창업을 위한 팀을 구성하고 그에 맞는 비즈니스 모델 도출, 실전 창업을 위한 단계별 창업 교육 프로그램부터 사후관리까지 원스톱 패키지 교육을 진행한다.

교육 후에는 창업 지원금 5천만원(팀별 차등지원), 창업 시 팀당 최대 3천만원(사회적금융 융자 연계) 상당의 금액 그리고 동대문구 내 창업 가능한 공간도 제공, 참가자들이 보다 안정되고 탄탄한 창업 발판을 마련할 수 있도록 지원할 예정이다.

원앤원㈜, 원할머니 보쌈·족발 '보쌈력 테스트' 이벤트

특허 받은 양파형김치, 수육을 더 따뜻하게 즐길 수 있는 이중보온용기 사용으로 소비자들에게 친숙한 '원할머니 보쌈·족발'(대표 박천희)이 공식 페이스북 채널을 통해 '보쌈력 테스트' 이벤트를 실시했다. .

간단하게 이벤트에 참여할 수 있어 원할머니 보쌈·족발 공식 페이스북 채널에 게시된 클로즈업된 보쌈 사진을 확인하고 댓글로 메뉴명을 남기는 형식으로 진행됐다. 기간 내 정답을 남긴 참여자에게는 추첨을 통해 총 5명에게 원할머니 보쌈·족발에서 자유롭게 사용할 수 있는 3만원권을 증정했다.

원앤원㈜ 관계자는 "원할머니 보쌈·족발을 사랑해주시는 고객들의 성원에 보답하기 위해 누구나 간단하게 참여할 수 있는 이벤트를 준비했다"며, "앞으로도 다양한 콘텐츠로 고객에게 재밌고 친숙하게 다가가는 브랜드가 되도록 노력하겠다"고 전했다.

티바두마리치킨, 행복한 중고책 나눔행사 치킨 후원

티바두마리치킨(대표 유상부)이 8월 7일 화성시여울림종합사회복지관 내에 새롭게 개관한 '꿈에그린 작은도서관' 개관식에 치킨을 후원했다.

이날의 치킨 후원은 지역주민과 함께 중고책을 나누는 것으로 진행 되었으며, 지역주민의 나눔활동 참여독려를 위해 치킨을 후원했다.

화성시여울림종합사회복지관에 새롭게 문을 연 꿈에그린 도서관은 문화소외지역인 화성시 서부지역주민들을 위한 생활·문화 복합공간으로 활용하여 지역 내 교육환경 및 복지관 이용환경을 개선하고 더불어 지역주민 간 소통과 교류의 공간으로 자리매김할 것으로 기대되고 있다.

티바두마리치킨 관계자는 "우리 회사의 목표는 영리 추구와 함께 사회적으로도 존경 받을 수 있는 기업이 되는 것"이라며, "앞으로도 화성시 서부 지역의 소외계층을 위해 사회공헌 활동을 이어 나갈 계획이며, 조금이나마 도움이 되었으면 한다"고 전했다.

(주)디딤의 연안식당, 별교꼬막과 업무협약 체결

외식기업 (주)디딤(대표 이범택)이 운영하는 꼬막비빔밥 맛집 '연안식당'이 지난 7월 17일 보성군청에서 (주)벌교꼬막과 MOU를 체결했다고 밝혔다.

이번 업무협약은 연안식당이 꼬막비빔밥 전문점으로서 질 좋고 우수한 품질의 꼬막을 고객들에게 제공하기 위해 진행됐다.

벌교꼬막과의 협약으로 연안식당은 맛과 영양이 높은 벌교꼬막을 제공받을 수 있게 된 동시에 보성군청으로부터 벌교꼬막 판매 인증점으로 인정받게 됐다는 게 디딤 측 설명이다.

벌교꼬막 역시 50개까지 늘어난 연안식당을 통해 많은 고객들에게 벌교의 신선하고 뛰어난 꼬막 맛을 알리는 계기가 될 것으로 기대하고 있다.

연악식당은 다양한 벌교꼬막 종류 중에서도 맛과 향, 식감이 좋아 비빔밥과 가장 잘 어울리는 새꼬막만을 사용해 제대로 된 꼬막비빔밥을 고객에게 제공한다는 방침이다.

커피베이, 제15회 EBS 국제다큐영화제 협찬

프랜차이즈 카페 창업 브랜드 커피베이(대표 백진성)가 8월 20일~26일 열린 EBS 국제다큐영화제(이하 EIDF)에 공식 협찬사로 참여했다.

2004년에 시작해서 올해로 15회를 맞은 EIDF는 다양한 작품들을 TV와 지정된 영화관 스크린, EIDF 전용 VOD 서비스를 통해 동시에 즐길 수 있는 다큐멘터리 영화제다. 이번 EIDF가 선보인 33개국 72편의 다큐멘터리는 여성, 난민, 고령화 문제 등 세계적인 사회 이슈를 담았다.

EIDF에 협찬사로 참여한 커피베이는 이를 기념하며 공식 페이스북과 인스타그램을 통해 EIDF 티켓을 증정하는 이벤트를 진행했다. 영화제 기간에는 영화제 공식 홈페이지와 상영 프로그램 북을 통해 브랜드 홍보를 진행했다.

커피베이 백진성 대표는 "사회 이슈를 담은 영화를 통해 다큐멘터리 정신을 이어가고 있는 EIDF의 지속적인 성장을 기원하며 이번 협찬을 결정했다"며 "향후에도 EIDF를 비롯한 다양한 문화 행사들에 커피베이가 함께하며 동반 성장할 수 있도록 지원해 나갈 예정이다"고 말했다.

(주)KGC인삼공사, 여성용 홍삼 젤리스틱 '화애락 이너제틱' 판매 확대

(주)KGC인삼공사(대표 김재수)는 여성을 위한 홍삼 젤리스틱 제품인 '화애락 이너제틱'의 판매 채널을 확대한다고 8월 13일 밝혔다.

화애락 이너제틱은 6년근 홍삼에 식이섬유를 더해 만든 여성을 위한 건강기능식품이다. 면역력증진·피로개선·항산화 등 홍삼의 5대 기능뿐만 아니라, 배변활동 원활에 도움을 주는 식이섬유가 함유돼 있다.

최근 20~30세대 고객들의 화애락 이너제틱 수요가 늘어나면서 인삼공사는 기존의 백화점과 대형마트·면세점·온라인뿐 아니라 젊은 여성 고객층이 접하기 쉬운 H&B스토어와 정관장 로드샵까지 채널을 확대하기로 했다.

차태웅 KGC인삼공사 특정기능팀장은 "화애락 이너제틱 출시 후 2030 젊은 여성 고객층 사이에서 구매 수요가 지속적으로 증가하고 있다"며 "섭취와 휴대가 간편한 화애락 이너제틱을 전국 어디서나 손쉽게 만날 수 있도록 준비했다"고 말했다.

남다른감자탕, 역삼본점, '건강감자탕 상남자탕' 출시

'남다른감자탕' 프랜차이즈를 운영하는 (주)보하라(대표 이정열)는 서울 강남구 역삼동에 '남자 2.0' 브랜딩을 통한 메뉴와 인테리어 및 다양한 고객 편의 시스템을 업그레이드한 역삼본점 직영점을 오픈했다.

남다른감자탕은 지난 13년간 감자탕에 대한 연구를 거쳐 감자탕의 순기능에 남자들에게 좋은 재료들을 더해 남자들을 위한 건강한 감자탕을 선보이고 있다.

오랜 노하우와 기술로 건강감자탕 '상남자탕'을 출시하고 7월 17일~8월 16일까지 1등 당첨자에게 100만원 상당의 최고급 맞춤 정장을 사은품으로 시상하는 '복날은 간다 상남자탕 먹고 갈래?' 프로모션을 성황리에 진행했다고 밝혔다.

이번에 출시한 '상남자탕'은 남다른감자탕만의 특허 받은 육수에 전복, 초고버섯, 황금팽이버섯, 흑마늘, 구운 마늘 그리고 새싹인삼까지 건강 식재를 가득 담았고 한방약재로 만든 엑기스를 넣었다

교촌치킨, 산악자전거대회 개최 기념 '교촌 동네 한바퀴' 이벤트 실시

교촌에프앤비(주)(대표 권원강)가 '2018 교촌 레드 산악자전거대회' 개최를 기념해 '교촌 동네 한바퀴' 이벤트를 진행한다고 8월 17일 밝혔다.

'교촌 동네 한바퀴' 이벤트는 8월 20일부터 9월 16일까지 교촌치킨 공식 홈페이지를 통해 진행된다. 참여 방법은 자전거와 함께 찍은 사진을 해시태그 교촌레드산악자전거대회(#교촌레드산악자전거대회)와 함께 개인 SNS에 게시한 뒤 교촌치킨 홈페이지에 URL을 입력하면 된다.

이벤트 응모 고객을 대상으로 추첨을 통해 30만원 상당의 자전거 트레일러(1명), 교촌레드오리지날 드림교환권(99명)을 증정한다. 당첨자는 9월 20일 발표된다.

한편, '2018 교촌 레드 산악자전거대회'는 자전거 스포츠의 활성화와 지역 경제 발전을 위해 교촌에프앤비㈜가 주최하고 한국산악자전거협회에서 주관하는 행사다. 이번 대회는 9월 8일과 9일 양일간 강원도 평창에 위치한 용평리조트 MTB 경기장에서 진행된다.

60계치킨, 소비자가 뽑은 서비스고객만족대상 2년 연속 수상

머니투데이가 주최한 '2018 제3회 소비자가 뽑은 서비스고객만족대상' 시상식이 지난 7월 3일 서울 중구 프레스센터 국제회의장에서 열렸다.

이날 행사에선 장스푸드(대표 장조웅) 60계치킨이 외식업 부문으로 '소비자가 뽑은 서비스고객만족대상'에서 2년 연속 대상 수상의 영광을 안았다.

2015년 출범한 60계치킨은 매일 깨끗한 새 기름으로 60마리만 조리하고, 기름을 재사용하거나 정제한 기름을 사용하지 않는다는 원칙을 내세워 좋은 반응을 얻고 있는 프랜차이즈 치킨 브랜드다.

건강한 먹거리를 찾는 고객으로부터 사랑 받는 60계치킨은 전 메뉴 국내산 신선육(냉장닭)만 사용하고 있으며, 매일 새 기름 교체와 주방 CCTV를 일반에 공개하는 등의 차별화된 정책을 펼치고 있다.

또한 철저한 주방 관리로 지난해 말 주방문화 개선사업 우수기관으로 선정돼 식품의약품안전처장 표창을 받은 바 있다.

쥬씨, '무더위 특수' 톡톡…수박주스 400만 잔 팔려

생과일주스 브랜드 쥬씨(대표 윤석제)는 최고 지속되고 있는 폭염에 힘입어 '수박주스' 판매량이 400만잔을 넘었다고 7월 27일 밝혔다.

수박주스는 출시 초기 하루 2만잔 가량 판매되다가 날이 더워지면서 판매가 급증해 하루 4만잔까지 판매되고 있다고 쥬씨 측은 전했다. 특히 8월 들어 폭염이 시작되면서 하루 판매량이 5만잔 가까이 늘면서 가맹점 매출 상승을 견인하고 있다.

쥬씨 수박주스는 지난해에도 연간 총 500만잔 이상 팔리며 가맹점 매출 증가의 효자상품이 됐고, 올해는 '수박살사 6종'으로 제품을 늘려 선택의 폭을 넓혔다.

수박주스의 선전에 힘입어 가맹점 매출도 증가하고 있다는 설명이다. 쥬씨 관계자는 "폭염이 본격적으로 기승을 부리는 7월 현재까지 전년 대비 약 15%가량의 매출 상승 효과를 보이고 있다"고 전했다.

피자알볼로, 한국식 수제버거 전문점 '목동버거' 론칭

피자알볼로를 운영하고 있는 (주)알볼로에프앤씨(대표 이재욱)의 신규 브랜드 '목동버거'가 가맹사업을 준비중에 있다고 13일 밝혔다. 알볼로에프앤씨에 따르면 목동버거는 정형화된 미국식 패스트푸드에서 벗어나 좋은 재료를 아낌없이 넣어 만든 건강한 한국식 수제버거를 선보이겠다는 포부로 지난 4월 탄생한 브랜드다.

'목동'과 소치는 아이라는 뜻의 목동버거는 중의적인 의미의 네이밍을 통해 '목동에서 태어나고 자란 햄버거를 좋아하는 소년의 순수한 마음을 담아 만든 브랜드'라는 탄생 스토리와 '맛있고 건강한 버거를 만드는 가게'라는 콘셉트를 모두 담아냈다고 전했다.

목동버거는 매일 매장에서 직접 천연 효모로 자연 발효시킨 진도산 친환경 흑미 수제빵, 깨끗하고 안전한 100% 호주산 목심으로 만든 신선한 냉장 패티, 화학조미료를 사용하지 않은 수제 소스와 케첩, 신선한 야채 등 좋은 재료를 아낌없이 넣어 안심하고 먹을 수 있는 수제버거를 만들고 있다는 점이 특징이다.

지호한방삼계탕, 국순당과 함께 '삼복' 공동 마케팅 진행

국내 삼계탕 프랜차이즈 지호한방삼계탕(대표 이영채)과 백세주로 소비자에게 오랜 사랑을 받고 있는 국순당, 두 중견기업이 공동 마케팅을 진행했다.

지호한방삼계탕은 국순당에서 개발한 약 11만개의 '백세주 한모금주'를 7월 17일 초복에 이어, 중복(7월 27일), 말복(8월 16일)에도 고객들이 가맹점에서 시음을 할 수 있는 공동 브랜드 판촉 행사를 진행했다.

이번 행사는 삼복날 지호한방삼계탕을 내방하는 고객에게 삼계탕과 함께 국순당 백세주를 경험할 수 있도록 하는 행사로, 지호한방삼계탕의 전국 67개 매장 중 64개 지점에서 진행됐다.

지호한방삼계탕 이영채 대표는 "국순당에 감사의 말씀을 전하며 무엇보다 삼복일에 매우 바쁜 가맹점에 본사가 도움을 줄 수 있어서 기쁘고, 앞으로도 외식업계에서 서로 도움을 줄 수 있는 브랜드 간의 공동 마케팅이 많이 활성화 되길 바란다"고 전했다.

못된고양이, 두달만에 1만6000개 판매… 못된고양이, '컬러실핀' 라인업 강화

엔캣의 패션 액세서리 브랜드 못된고양이(대표 양진호)가 올해 헤어 액세서리 트렌드로 주목받고 있는 컬러실핀을 확대 출시했다.

일명 바비핀이라 불리는 컬러실핀은 최근 패션업계에서 불고 있는 복고 열풍과 함께 다시 떠오르기 시작해 여러 여자 연예인들이 대거 착용하며 새로운 유행이 된 아이템이다.

못된고양이는 지난 5월 컬러실핀을 처음 선보인 후 선풍적인 인기에 힘입어 파스텔 헤어핀을 새롭게 출시하며 컬러실핀 라인업을 강화했다고 밝혔다.

이번에 선보인 파스텔 헤어핀은 민트, 핑크 등 화사한 파스텔컬러를 적용한 제품으로 X자, 일자 등 핀을 배치하는 방법에 따라 다양한 연출이 가능해 헤어 포인트 액세서리로 활용하기 좋다.

컬러실핀, 집게핀, 똑딱이핀 총 3종으로 구성됐으며 가격은 모두 3천900원이다.

토프레소, 부드럽고 깔끔한 '콜드브루' 업그레이드 선보여

2004년부터 시작된 국내 순수 커피 브랜드 토프레소가 선풍적인 인기를 끌고 있는 콜드브루 열풍에 합류하며 콜드브루 라인업과 신메뉴 출시를 알렸다.

매력적인 콜드브루를 부드럽게 즐길 수 있는 '오리지널 콜드브루'와 진한 콜드브루 원액을 얼음에 넣어 녹여가며 마시는 '콜드브루 온더락'은 고유의 깔끔한 맛 자체를 즐길 수 있다.

이번 신메뉴인 '아몬드 크림 콜드브루'는 구운 아몬드의 고소한 맛과 크림의 달콤함에 깔끔하고 매력적인 콜드브루의 만남으로 보다 향상된 풍미와 깊은 맛을 즐길 수 있다고 토프레소 관계자는 전했다.

콜드브루는 차가운 물로 한방울 씩 내려 정성스럽게 추출하기 때문에 아메리카노에 비해 맛이 깔끔하고 청량감이 돋보이는 커피이다.

콜드브루 열풍과 함께 라인업을 강화한 토프레소는 소비자의 입맛을 사로잡기 위해 콜드브루에 대한 다양한 홍보와 인스타그램 이벤트를 진행할 예정이다. KFN

가맹점주의 경업금지의무 위반에 대처하는 방법

가맹본부와 가맹점사업자(이하 '가맹점주') 사이에 자주 발생하는 분쟁사유 중 하나가 가맹점주가 가맹본부와 동일한 업종의 영업을 영위하여 경업금지의무를 위반하였다는 내용이다. 이러한 경업금지의무는 가맹계약에 약정되어 있는 것이 일반적이지만 반드시 가맹계약에 약정되어 있어야만 경업금지의무가 인정되는 것은 아니다. 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률(이하 '가맹사업법') 제6조 제10호에는 가맹점주의 준수사항으로서 '가맹계약기간 중 가맹본부와 동일한 업종을 영위하는 행위의 금지'가 규정되어 있기 때문이다.

그런데 실제 분쟁이 벌어진 경우 가맹점주에게 경업금지의무 위반에 대한 책임을 묻는 것이 쉬운 것만은 아니다. 그 이유는 가맹사업법이나 가맹계약에서 경업금지의무의 인적 범위, 시간적 범위, 장소적 범위에 관하여 구체적으로 규정하고 있지 않고, '동일한 업종'이라는 개념도 다소 애매하여 명확한 기준이 없으며, 경업금지의무 위반으로 인한 가맹본부의 재산상 손해를 입증하는 것도 매우 어렵기 때문이다.

PROFILE

WRITE **김종무**

법무법인 한림 대표변호사
한국프랜차이즈산업협회 고문변호사, 자문위원
2017년 프랜차이즈혁신위원회 위원
한국프랜차이즈전문가포럼 초대 회장
한국프랜차이즈산업연구원,
한국프랜차이즈법률세무연구원 고문변호사
- 산업통상자원부 발주 프랜차이즈 관련 연구용역 수행

경업금지의무의 인적 범위와 관련하여 의무를 부담하는 당사자가 오로지 가맹점주에 한정되는지 아니면 배우자, 가족, 친인척, 지인 등까지 포함될 수 있는지 의문이 들 수 있다. 가맹계약에 이에 관한 별다른 규정이 없다면 경업금지의무의 대상은 가맹점주로 한정되어야 한다. 그러나 가맹계약에 배우자나 가족 등 일정한 특수관계인을 의무의 대상자로 약정할 수 있는데, 이러한 특수관계인의 범위도 지나치게 확장하면 해당 내용이 약관의 규제에 관한 법률에서 금지하는 불공정약관에 해당될 수 있다. 이와 관련하여 법원은 가맹계약기간 만료 후에 가맹점주의 전 남편이 동일한 장소에서 다른 회사의 동종 업종을 운영해도 경업금지의 대상자인 특수관계인이라고 볼 수 없다고 판결한 사례가 있다.

경업금지의무의 시간적 범위와 관련하여 가맹계약기간 중에만 의무를 부담하는지, 가맹계약 종료 후에도 의무를 부담하는지 문제가 될 수 있다. 이와 관련해 가맹사업법 제6조 제10호에는 '가맹계약기간 중 가맹본부와 동일한 업종을 영위하는 행위의 금지'라고 규정하여 원칙적으로 가맹계약에 특별한 약정이 없으면, 가맹점주는 가맹계약기간 중에만 의무를 부담하게 된다. 그러나 가맹계약에 적정한 범위 내에서 가맹계약 종료 후 일정한 기간 동안 경업금지기간을 약정하는 것은 가능하다. 어느 정도가 적정한 기간인지가 문제이다. 가맹점주에게 경업금지의무를 부담시키는 취지가 가맹본부의 영업비밀, 영업노하우 등 지식재산을 보호해주고 가맹본부가 형성해 놓은 영업표지의 표장가치에 가맹점주가 무임승차하는 것을 방지하자는 것이므로 이러한 취지를 감안한다면 가맹계약 종료 후 20년 이상의 기간이라든지 영구적인 기간으로 의무기간을 약정하는 것은 신의칙에 반하거나 불공정약관에 해당되어 무효로 판단될 가능성이 높다. 이와 관련해서 법원은 가맹계약에 약정된 경우 가맹점주가 가맹계약 종료 후 1년 동안 동일한 장소나 가까운 장소에서 동일한 점포를 운영하는 것이 경업금지의무 위반에 해당된다고 판결한 사례가 있고, 미국의 법원도 가맹계약 종료 후에 경업금지의무를 약정하는 것을 일률적으로 금지하지는 않고 사안의 특성에 따라 다르게 판단하고 있으나 대략 1 ~ 2년 이내에 경업금지의무를 약정하는 정도는 허용하는 것으로 보인다. 다만 미국의 경우 가맹점주가 동종업종을 영위하여 가맹본부에게 피해를 주는 행위에 대해 경업금지의무를 부과하는 방향보다는 가맹본부의 영업비밀 보호 문제로 접근하여 해결하는 경우가 많다.

한편 말레이시아 프랜차이즈법에서는 가맹계약기간 중에는 물론이고 가맹계약 종료 후 2년 동안 가맹업주에게 영업비밀 유지의무 및 경업금지의무를 부과하고 있는데, 우리도 가맹사업법에서 가맹계약 종료 후의 경업금지의무 기간에 대해 명백한 규정을 두는 것이 실무에서의 혼란을 피하는 방법이 될 수 있다.

경업금지의무의 장소적 범위와 관련하여 가맹점주가 동일한 장소에서만 의무를 부담하는지 아니면 기존 점포와 동일한 상권, 기초 자치단체, 광역자치단체 또는 대한민국 전체 영토 내에서 의무를 부담하는지 의문이 들 수 있다. 이 문제 역시 가맹사업법에서 명백한 기준을 규정하고 있지 않으므로 가맹계약에 장소적 범위를 약정할 수 있는데, 다만 위에서 설명한 바와 같은 경업금지의무를 약정하는 취지를 감안한다면 지나치게 넓은 범위는 무효로 판단될 가능성이 있으므로, '기존 점포와 동일한 장소 또는 (구체화된) 동일 상권' 정도로 약정하는 것이 적정할 것으로 본다. 이와 관련해 국내 법원도 경업금지의무의 장소적 범위를 '동일한 장소 또는 가까운 장소'로 약정한 내용이 유효하다고 판단한 사례가 있다.

경업금지의무와 관련하여 '동일한 업종'을 어떤 기준으로, 어느 범위까지 인정하여야 하는지가 실제 분쟁에서 문제되고 있다. 이와 관련하여 가맹사업법에서는 직접적인 기준을 규정하고 있지 않으나, 제12조의4 제3항에서 가맹본부의 영업지역 침해금지의무를 규정하며 동일한 업종을 '수요층의 지역적·인적 범위, 취급품목, 영업형태 및 방식 등에 비추어 동일하다고 인식될 수 있을 정도의 업종을 말한다'라고 규정한 내용을 하나의 판단기준으로 삼을 수 있다. 그러나 이러한 기준조차도 명확하다고 볼 수가 없어서 과연 후라이드 치킨 업종과 찜닭 업종이 동종인지, 호프맥주 업종과 웨스턴 클래식바 업종이 동종인지, 포장마차 주점과 일본식 선술집이 동종인지, 기존 매장의 일부 메뉴를 임의로 인근의 다른 매장에서 판매하는 것을 동일 업종의 영위로 볼 수 있는지 등의 문제를 명백하게 판단할 수가 없다. 따라서 가맹계약에 '동일한 업종'에 대해서도 구체적으로 명시하는 것이 향후의 분쟁에 대한 대비책이 될 수 있다.

위와 같은 경업금지의무와 관련된 각종 문제들이 해결됐다고 하더라도 손해배상 소송이 벌어지게 되면 가맹본부가 경업금지의무 위반으로 인한 구체적인 손해액을 입증해야 하는데, 이런 입증이 곤란한 경우가 대부분이다. 따라서 손해액 입증의 곤란을 피하기 위해서는 가맹계약서에 미리 경업금지의무 위반에 관한 위약금을 약정해 놓을 필요가 있다. 가맹본부는 경업금지의무 위반과 관련하여 가맹점주를 상대로 영업금지가처분을 신청할 수도 있는데 이 경우 현재 법원의 경향이 가처분의 요건과 관련하여 '보전의 필요성', 즉 '시급하게 가맹점주가 운영하는 점포의 영업을 중단시켜야 할 필요성'에 대하여 매우 엄격하게 판단하고 있으므로 가맹본부로서는 가처분에서 승소하기 위해서는 반드시 보전의 필요성을 구체적이고 충분하게 준비하고 주장해야 할 것이다. KFN

최인용 세무사의 프랜차이즈 절세 가이드

가족 간 부동산 무상임대 시 유의사항

가족 간 부동산 무상임대 시 유의사항	
임대인의 세금	- 임대료 상당액 부가가치세 과세 - 토지의 경우 시가차액 5% 이상 시 소득세(법인세) 과세
임차인의 세금	- 5년간 사용임대료에 대해 증여세 과세
무상사용 이익계산	- 시가 및 감정가 상증법상 기준시가 순차로 적용 - 위시가등이 없는 경우 : (재산시가의 50%-전세보증금)*정기예금 이자율
절세방법	- 적정 임대료의 수수가 중요함 - 단기간, 합리성이 있는 경우 무상가능

PROFILE

WRITE 최인용

가현택스 대표 세무사
(전)세무법인 코리아베스트 강남지사 대표세무사
연세대학교 법무대학원 조세법 전공
국세청 조사요원 강의
한국프랜차이즈산업협회 자문세무사
마곡지주협의회, 하남미사지구지주협의회 자문세무사

부동산 무상임대시의 세무상 문제점

부부간의 통장은 별개로 관리하는 것이 보다 바람직하다. 그 이유는 부부간의 금융재산을 통합하여 사용하다 보면, '증여'의 문제가 생기기 때문이다. 물론 부부간에는 6억 원까지는 증여세가 없이 재산 이동이 가능하다. 다만 부부간에 통장을 구별하지 않고 쓰다 보면, 10년간 생활비를 제외하고 6억 원이 넘어가는 부분에 대해서는 증여로 볼 수 있다. 특히 노년의 부부들의 경우에 부부간 통장을 따로 관리하지 않아 자금의 이동이 불분명한 경우가 많이 발생한다. 이런 경우 한 분이 돌아가시면 상속세 신고를 하게 되고, 상속은 10년간의 통장거래내역을 파악하기 때문에 사후에 상속세가 과세되는 경우가 있다. 따라서 통장은 생활비 이상의 큰 금액에 대해서는 증여를 염두에 두고 부부가 각각 관리하는 것이 보다 바람직하다고 할 수 있을 것이다.가족 간에 부동산을 빌려주는 경우에는 어떤 세금 상의 문제가 있을까? 프랜차이즈 가맹점을 가족이나 친척이 한다고 할 때 무상으로 부동산을 이용하게 하는 것이 문제는 없을까? 세법에 공짜는 없다. 무상으로 임대해주는 부동산에 대해서 임대인과 임차인 간에 어떤 세금 문제가 생길까? 만약 임대료를 받는다면, 얼마나 받아야 적정할까? 최근 세법이 금전의 무상대출이나 부동산의 무상사용으로 인한 이익에 대해서 증여세를 과세하는 기준을 기존의 1억원에서 1천만원으로 낮추었다. 따라서 소규모의 무상이익에 대해서도 과세될 수 있으므로 유의해야 한다. 이에 대해 자세히 알아보자

① 무상사용 임대인은 부가가치세와 소득세를 부담한다.

임대인은 먼저 부가가치세를 부담한다. 특수 관계인 간에 무상으로 건물의 이용권리(토지제외)를 빌려준 것은 부가가치세 과세 대상이기 때문이다. 이때의 부가가치는 통상 부동산의 시가 상당액에 2%에 해당한다. 수년치가 한꺼번에 과세될 경우 가산세까지 더해져서 부담하게 된다.

임대인은 또한 시가보다 현저히 저렴하게 임대를 한 경우에는 부당하게 소득을 줄인 것으로 보아 개인은 소득세, 법인의 경우에는 법인세가 과세된다. 현저한 이익은 금액적으로 3억원 이상이거나 시가의 5%이상 차이가 난 금액인 경우에 과세가 된다.

여기서 시가란 다음의 금액을 순서대로 인정한다. 실제 유사 임대료가 있는 경우 그 가액, 불분명한 경우에는 감정가액이나 상속증여세법에 의한 평가액을 순서대로 이용하며 그것마저 없을 때에는 (당해자산의 시가*50%-보증금)*정기예금이자율 등의 금액을 적용하여 판단한다.

② 무상사용 임차인은 증여세를 부담한다.

무상사용으로 인해 임차인은 부가가치세나 소득세의 해당사항은 없다. 다만, 특수관계자 사이에 무상으로 이용하게 한 이익에 대해서 1천만원 이상을 증여한 경우 증여세가 과세될 수 있다. 따라서 소액의 부동산이라 하더라도 증여세과세대상의 범위가 크게 늘어날 수 있으므로 주의가 요구된다.

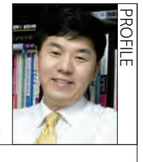
③ 무상임대의 절세방법

무상임대의 경우 증여세 과세가 일반적이지만, 판례에서는 단기간의 경우 합리성을 갖추어 다른 임차인이 못 들어오는 상황의 경우에는 무상임대로 인한 증여를 과세하지 않은 판례가 있으니 참고할 수 있다. 그러나 대부분의 경우 무상임대의 경우에는 임대인과 임차인 모두에게 문제가 될 수 있으므로 가급적 적정임대료를 수취하는 것이 바람직하다. 최소의 임차료를 세무 전문가 등에게 산정의뢰를 하여 불이익이 없도록 관리하는 것이 좋다. KFN

가맹점의 생산성을 높이기 위한 전략

가맹점 창업의 수익창출은 점포이고 매장이다.

수퍼바이징의 시작은 가맹점의 생산성을 높이는 것이다. 가맹점 창업의 성공을 위해 수익을 창출하는 것은 점포이고 매장이다. 따라서 수퍼바이징의 시작은 매장의 생산성을 얼마나 높여가는가에 달려있다고 해도 과언이 아니다. 만일 가맹점사업자의 단기적인 수익만을 생각한다면 가맹점에서 발생하는 비용의 조절을 통해 문제를 해결할 수 있다. 예를 들어, 단순히 하루 10만원을 증가시키기 위해서는 인건비와 상품재고 또는 식자재 구입액을 10만원 정도 절약하면 해결된다. 그러나 비용절감에 너무 치우치게 되면, 상품의 품질은 물론이고 가맹점의 서비스품질 또한 떨어져 장기적으로는 고객을 이탈하게 하는 요인으로 작용할 수 있다.



PROFILE
WRITE **장재남**
프랜차이즈산업연구원 원장
CFE, 경영학박사
한국프랜차이즈산업협회 자문위원

지속적이고 효과적으로 가맹점의 수익을 높이기 위해서는 수익의 원천인 매출액과 매출 총이익을 높이는 방법밖에 없다. 매출액과 매출 총이익을 높이는 행위는 가맹점의 노동생산성이라고 할 수 있다. 가맹점의 이익을 생각하는데 왜 가맹점의 노동생산성을 가장 중요하게 생각해야 하는 것일까? 가맹점의 경영자는 점포에서 얻어진 수익으로 생계를 꾸려간다. 때문에 극단적으로 말하면 매월 얼마 정도의 수익을 확보할 것인가가 우선시 될 수밖에 없다. 당연히 리스크가 큰 제품을 취급하는 점포경영은 재고부담을 줄이기 위해 경영을 축소해서 운영하기가 쉽다. 어느 정도 의식이 높은 경영자가 아니라면, 사업 확대를 의식하면서 경영한다는 것은 어렵다. 따라서 수퍼바이저는 가맹점 경영에서 많이 나타날 수 있는 이러한 요소들을 인지한 후 가맹점의 장기적인 수익확보를 위한 역할을 해야 한다.

특히 가맹점의 지도 및 관리는 직영점처럼 지시명령권을 갖고 있지 않기 때문에 가맹점을 설득하기 위한 수단으로는 가맹점의 수익향상 외엔 없다. 그 수익을 어떻게 단기적인 시점에서 장기적인 시점으로 변화시킬 것인가가 수퍼바이저의 중요한 역할이다. 가맹점의 생산성을 높이고 경영의 질을 향상시키는 것이 결국은 프랜차이즈시스템 전체의 발전으로 이어지는 것이다. 지속되는 경기침체로 인하여 소비심리가 매우 위축되고 있지만 갈수록 경쟁이 격화되고 있는 경영환경에서 많은 가맹점들은 지금까지 없었던 전략적인 대응에 쫓기고 있다. 그 전략을 가맹점의 상황에 맞춰서 적절하게 지도하는 것이 수퍼바이징의 핵심이다. 이것을 위해서는 우선 점포의 생산성을 향상시키는 체제를 반드시 이해해야 한다. .

가맹점 생산성 판단의 제1의 척도는 매출액

가맹점 생산성을 판단하기 위한 제1의 척도는 매출액이다. 매출액은 고객이 가맹점에 대한 지지율을 측정하는 척도이며, 가맹점의 성장률 등은 작년 대비 매출액 증가율로 측정되는 경우가 많다. 이 때문에 매출액은 수퍼바이징을 실행하게 될 때 가장 중요한 척도로 작용한다. 가맹점의 매출액과 전년 대비 증감은 수퍼바이저가 매일매일 파악하지 않으면 안되는 수치이다.

매출액을 증가시키기 위한 가장 단순한 방책은 내점객 수의 증가이다. 고객 수를 증가시키기 위해서는 신규 고객의 증가와 기존 고객의 내점빈도의 증가라는 두 가지의 수단이 있다. 단순하게 매출액을 증가시키기 위해서는 신규 내점객 수를 늘리면 그만이다. 그러나 신규고객을 증가시키는 것은 그렇게 쉬운 일이 아니다. 한정된 점포면적에서 운영하고 있는 가맹점에서 점포자체에 고객흡입력을 바라는 것은 어렵다. 백화점이나 대형할인점의 경우는 점포에 고객흡인력이 없어도 매력적인 가격광고나 판매촉진에 따라 신규고객을 획득할 수 있다. 그러나 소매점이나 음식점 등은 기본적으로 이 전략을 쓸 수 없다. 소매점은 프로모션을 준비한다 해도 상권의 확대로 이어지는 경우는 거의 없다. 가령 이것이 성공하여 손님이 내점한다고 해도 작은 소규모 점포에서 매출액을 극대화하기 어렵다. 게다가 소형점포 1점포에 내점하는 고객 수에는 물리적으로 한계가 있고, 피크 타임에서 좌석 점유율을 100%화 하기는 매우 어려운 실정이다. 현재 많은 가맹본부들이 다양한 이벤트나 프로모션을 진행하고 있지만 신규고객을 대대적으로 획득했다는 사례를 좀처럼 찾아보기 힘든 이유도 여기에 있다.

따라서 캠페인이나 텔레비전 CF만을 믿고 신규고객을 획득하고자 하는 것은 무리이며, 이것을 가맹본부의 판매촉진으로 기대하는 것은 처음부터 적절하지 못하다. 우선 기존고객의 내점빈도를 높이기 위한 방책을 철저히 준비하는 것이 필요하다. 기존 고객의 내점빈도에 눈을 맞춰 기존 고객의 매장 로열티를 높이는 것이 결국은 신규 고객의 증가로 이어진다는 것을 잊지 말아야 할 것이다. KFN

최저임금과 주휴수당 논란

고용노동부는 최저임금법 시행령 제5조 개정을 입법예고했다. 개정안은 월 단위로 최저임금을 판단할 때 유급으로 지급하는 주휴수당에 해당하는 시간을 합산한 시간으로 한다는 것이다. 그러나 법원 판례는 월 최저임금을 판단할 때 유급으로 지급되는 주휴수당을 제외해야 한다는 입장으로 고용노동부와는 다른 해석을 하고 있다.

PROFILE

WRITE 이금구

노무법인 C&B 대표
한국프랜차이즈산업협회 자문위원
1991년 제3회 공인누무사 자격 취득
2012년 전국소상공인단체연합회 고문
2015년 (사)한국소상공인단체연합회 고문
2016년 GS25, 프랜차이즈 노무관리 시스템 도입
T 1544-8323 E www.franhr.com

1. 고용노동부의 최저임금 입법예고 내용

2018년도 기준으로 시급 7,530원, 일급 7,530원×8시간=60,240원, 월 임금 7,530원×209시간=1,573,770원으로 최저임금을 고시하고, 이 금액을 기준으로 최저임금 위반 여부를 판단하고 있다. 월 임금을 산정하는 209시간은 주휴수당에 해당하는 유급시간을 포함한 시간이다. 즉, [(주당 소정근로시간 40시간+유급주휴 8시간)×365/7] / 12월 =209시간을 최저임금 산정을 위한 월 소정 근로시간으로 한다는 것이다. 즉, 월 소정 근로시간을 209시간으로 한다는 최저임금법 시행령 개정안을 입법예고한 것이다.

2. 법원판례

대법원 2007.1.11. 2006다 64245의 판결에서는 유급으로 처리하는 주휴수당에 해당하는 시간은 최저임금 산정을 위한 소정 근로시간수에 포함될 수 없다고 판단하고 있다. 이 기준에 의하면 월 최저임금 산정을 위한 월 소정 근로시간수는 (주당 소정근로시간 40시간×365/7) / 12월=174시간이며 월 최저임금은 7,530원×174시간=1,310,220원이 된다.

3. 고용노동부와 법원 판례의 차이점

30인 미만 사업장은 2021년 7월 1일부터 2022년 12월 31일까지는 근로자 대표와 서면 합의를 하면 주 52시간에 더하여 최대 8시간의 연장근로, 즉 주 최대 60시간까지 근로를 할 수 있다. 이때 근로자 대표와의 서면 합의에는 주 52시간을 초과하여 근로할 필요가 있는 사유 및 그 기간, 대상 근로자의 범위를 정하면 된다. 다만 이때 18세 미만의 연소자는 대상 근로자의 범위에 포함될 수 없음에 유의하여야 한다.

4. 사업장의 대응 방안

(1) 최저임금과 주휴수당

사업장에서 근로자의 최저임금 위반 여부를 판단할 때는 시간급 임금과 소정 근로시간을 기준으로 판단하게 된다. 여기서 주휴수당의 지급 여부는 근로자가 주 소정 근로일을 만근한 경우 주휴수당이 발생하고, 결근한 경우 주휴수당이 발생하지 않는다. 따라서 주휴수당의 지급 여부는 최저임금 위반 여부와는 관계없이 판단해야 한다.

주휴수당은 근로기준법 제55조에 근거하여 사용자는 근로자에게 1주일에 평균 1회 이상의 유급휴일을 주어야 한다고 규정하고 있으며, 최저임금법에서 정하고 있는 최저임금과는 별개의 수당이다. 그러나 소규모 사업장은 근로자에게 지급하는 임금은 대부분 시간급이 기준이며, 시간급 외에 주휴수당을 추가로 지급해야 한다는 점에서 인건비 부담이 증가하고 있다.

월 소정근로일을 만근한 경우와 단시간 근로자인 경우에는 1주 소정 근로시간이 15시간 이상이면 주휴수당이 발생한다. 따라서 소규모 사업장에서는 주휴수당의 부담 때문에 1주간의 근로시간을 14시간으로 제한을 하는 곳이 증가 하고 있다.

(2) 고용노동부의 월 최저임금 고시 금액의 사업장 적용 방안

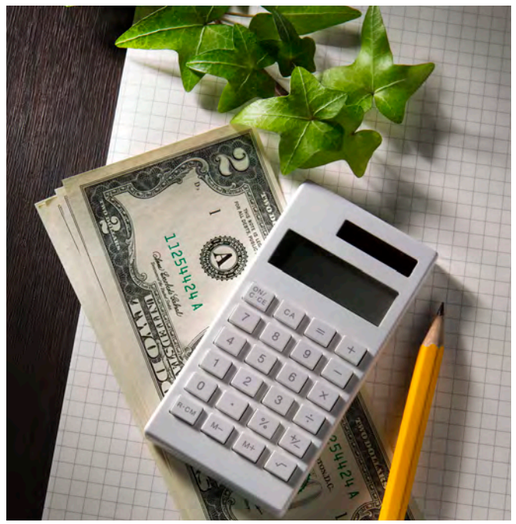
고용노동부에서 고시하는 월 환산 금액은 근로자가 주 소정근로일을 만근하고 주휴수당이 발생했을 때 주휴시간을 포함한 금액이다. 따라서 주휴수당이 발생하지 않았다면 고시한 월 최저임금액에 미달되더라도 최저임금법 위반이 되는 것은 아니다.

(3) 상여금 및 복리후생비 최저임금 포함

최저임금에 포함되는 임금에서 정기상여금과 숙박비, 식대 등 복리후생수당은 시간급 최저임금액을 기준으로 산정된 월 환산액의 25%(상여금), 7%(식비 등 복리후생비)를 초과하는 부분은 최저임금에 산입한다.

(4) 일자리 안정자금 및 두루누리 지원금 활용

최저임금 인상과 주휴수당은 사업주의 인건비 부담이 증가할 수밖에 없다. 정부에서 지원하고 있는 일자리 안정자금 및 두루누리 사회보험 지원제도를 활용하여 인건비 상승에 따른 정부 지원 제도를 활용하는 것이 좋다. 일자리 안정자금은 1주 근무시간이 10시간 이상이면 최저 30,000원에서 최대 130,000원까지 활용할 수 있으며, 국민연금 및 고용보험은 물론이고 건강보험료까지 지원을 받을 수 있다. KFN



프랜차이즈 인테리어 리모델링 첫걸음

성공적인 프랜차이즈 오픈은 체계적이고 조직화된 디자인 프로세스에서 시작된다. 인테리어 리모델링 프로세스는 기획→조사→설계→시공의 순서로 진행되며, 프랜차이즈 전문 업종에 따른 다양한 형태의 특성화된 운영 프로그램을 각각의 공간에 최적의 기능과 디자인으로 표현하기 위해서 보다 적극적인 조사와 다양한 시각의 검토가 필요하다. 특히 기획·조사단계에서는 적절한 공간분석과 예산계획, 그에 따른 일정계획을 면밀하게 확인하여 공간계획에 반영되도록 하여야 한다. 인테리어 리모델링 공간을 이끌어가는 과정은 디자인 그 자체만큼이나 세심한 분석과 종합적인 사고가 요구된다.

WRITE **이상권**

건축 / 인테리어 / 그린리모델링

저서
〈실내건축공간계획〉
〈건축의 형태의장이해〉
〈건축투시도법〉 등

Ⓣ ㈜라움 02-525-3363
Ⓔ raum21@hanmail.net

리모델링 프로세스 - 기획 · 조사단계

프랜차이즈 인테리어 리모델링 사전 계획

"인간은 건물을 만들고 건물은 다시 인간을 만든다"는 윈스턴 처칠의 말처럼 오늘날에는 건축과 인간이 거의 모든 영역에서 서로 깊은 영향을 미치고 있다. 따라서 주어진 공간의 인테리어 리모델링을 위한 구체적인 계획을 진행시키는데 있어서 우선적으로 선행되고 검토되어야 할 건물의 관련조건을 명확히 할 필요가 있다. 또한, 공간의 제반기능을 충족시켜 주기 위해서는 다음과 같은 요소의 조사와 검토가 이루어져야 한다.

1) 일반요소

① 요구되는 규모와 예산과의 균형을 고려, 적정한 계획목표 설정
② 공간의 특성적 형태에 영향을 미치는 제반조건의 검토
③ 공사시기 및 공사기간
④ 공간특성에 부합되는 인테리어 리모델링 관련 법규

2) 기능요소

① 공간구성 : 소요공간과 면적, 복도, 계단, ELEV, 화장실 등 위치 및 동선
② 단면기능 : 층 높이, 천장 높이, 천장 내부, Duct공간 높이, 창문높이
③ 설비형식 : 냉난방 방식, 환기, 전기시설의 유형, 조명 방식
④ 건축구조 : 기둥, 보, 내력벽 등의 위치, 간격, 치수
⑤ 재해안전 : 피난통로, 피난설비, 소화설비, 방화구획

건물의 일반사항

구분	주요항목	세부사항	비고
건축개요	건축위치		
	대지면적		
	건축면적		
	연면적		
	층수		
임대개요	건축용도	지상 층, 지하 층	
	임대면적	전용면적, 공용면적	
공용시설	주출입구		
	주계단		
	엘리베이터		
	화장실		
	주차장		

건물의 세부사항

구분	주요항목	내용	비고
건축구조	건물구조		
	건물상태	건물 내 • 외부	
	건축규모	지상 층, 지하 층	
	천정높이		
건축설비	전기용량	인입용량, 증설여부	
	도시가스		
	급배수		
	냉난방기		
	급배기		
	소방설비		
옥외간판	전면간판	개원지 간판법규 CHECK	
	돌출간판		
	유도사인		

프랜차이즈 입지와 건물조사

오픈 예정 건물을 둘러보면서 주변의 동일업종이나 관련이 있는 비슷한 분야의 인테리어 분위기와 수준을 눈여겨보는 것이 중요하다. 지역 특성에 따른 고객의 요구를 파악하고 주변상가와 경쟁사들과의 차별화를 위해서 선행적인 자료조사는 필수적이다.

특히 마감재나 컬러의 조화 등 원하는 사례들을 메모해 두거나 사진을 찍어두면 인테리어 업체를 선정하거나 선정한 후에 사진의 요구사항을 표현하는 방법으로 매우 유용하게 사용할 수 있다.

또한, 오픈준비 비용 중 임대료를 제외하고 가장 큰 비중을 차지하는 인테리어 리모델링 비용은 투자대비 성공여부에 대한 고민이 된다. 장비와 임대료는 이전할 경우에 회수할 수 있지만, 인테리어 리모델링 공사를 하고 난 후에는 보수나 개수가 어렵다. 회수는 더욱 불가능하기 때문에 더욱 신중하고 꼼꼼히 검토하고 고려해야 한다.

인테리어 리모델링을 고려한 몇 가지 항목들에 주의를 기울이면 공사기간과 공사비를 절감할 수 있다. 특히 기존 인테리어의 철거 여부, 냉난방, 급_배수 시설 및 도시가스 등의 기존 설비상태를 체크리스트를 이용해서 비교하는 것이 필요하다. 따라서 전체 사업비의 큰 비중을 차지하는 인테리어 리모델링의 초기부담을 줄이며 계획성 있는 투자를 위한 체계적이고 효율적인 어프로치가 필요하다.

인테리어 리모델링은 그 자체로서 독립적인 것이 아니라 프랜차이즈 영업계획과 향후 예상되는 고객수요 등과 맞물려 진행되는 것이기 때문에 최선의 계획을 세운다는 것은 쉬운 일이 아니다. 다양한 요구를 가진 고객들을 모두 만족시키기란 결코 쉽지 않으나 사전에 충분한 조사와 계획을 세운다면 성공적인 오픈을 위한 초석이 될 수 있다. 주어진 공간과 실내외 환경을 조화롭게 구성할 때 좋은 인테리어 리모델링을 기본으로 궁극적으로 고객을 만족시킬 수 있고 결과적으로 이미지 상승은 물론, 매출 극대화효과를 가져올 수 있다. KFN

한국프랜차이즈산업협회-서울식약청, 식품안전관리 간담회 개최

국민 식품안전 위한 노력에 최선… 지속적 협조 통한 위생수준 제고

(뒷줄 왼쪽부터) 협회 박호진 실장, 서울식약청 김미지 주무관, 협회 김동수 부회장, 해마로푸드 정현식 회장, 협회 박기영 회장, 서울식약청 양진영 청장, 서울식약청 김진영 사무관, 에스엔큐플러스 오종환 대표, 협회 임영태 총장, 벨[illegible] 부회장

폭염의 장기화로 식품위생 안전에 비상이 걸린 가운데, 한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 프랜차이즈업계의 자율적인 위생 점검에 나서는 등 식품안전에 최선을 다하기로 했다.

협회는 지난 7월 식품의약안전처와 MOU를 체결한데 이어 8월 16일 협회 회의실에서 양진영 서울식품의약안전청장과 간담회를 갖고 외식 프랜차이즈 업계의 식음료 안전관리 강화와 지속적인 민·관 정보교류를 위해 서울식약청과 적극 협조하기로 했다.

박기영 회장은 "식품안전사고의 방지는 사후 단속보다는 사전 예방이 더욱 중요한 만큼, 협회는 식약처와 긴밀한 협조체제를 갖추고 업계 스스로 식품안전의 수준을 한 단계 높일 수 있도록 적극 노력하겠다"고 밝혔다.

양진영 청장은 "협회와 업체가 자율적으로 관리를 잘 해준다면 소비자들이 믿고 신뢰할 수 있을 것"이라며, "서울식약청도 지도점검을 강화하고 프랜차이즈 업체의 자율 식품안전 교육을 적극 지원하겠다"고 밝혔다.

이번 간담회는 계속된 폭염 등으로 인해 식품접객업을 이용하는 국민의 증가로 인해 보다 철저한 식음료 안전관리와 식중독 예방관리의 중요성이 부각됨에 따라 양 기관이이 공감대를 형성하고 공동 대응하기 위해 마련했다.

협회와 회원사 관계자들은 이날 간담회에서 ▲식약처와 지자체의 점검기준 통일 ▲명확한 식품안전관리 규정 마련 ▲식품위생교육전문기관 지정기준 완화 등을 양 청장에게 건의했다.

한편, 이날 간담회에는 양진영 서울지방식품의약품안전청장, 김진영 식품안전관리과 사무관과 박기영 한국프랜차이즈산업협회장, 정현식 해마로푸드서비스㈜ 회장, 오종환 ㈜토프레소 대표이사 등이 참석했다.

(뒷줄 왼쪽) 협회 김동수 상근부회장 등 참석자들이 기념촬영을 하고 있다.

한국프랜차이즈協, '제로페이' 업무협약 체결… 가맹점사업자 살리기 동참

기존 결제 플랫폼으로 '결제 수수료 제로'… 자영업자 고통 분담 노력 지속

협회 김동수 상근부회장

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 지난 7월 25일 대한상공회의소에서 29개 기관과 공동으로 '소상공인 수수료 부담제로 결제서비스'(제로페이) 업무협약을 체결하고 어려움을 겪고 있는 가맹점사업자들의 고통 분담에 동참한다.

서울시가 '서울페이'라는 이름으로 가장 먼저 도입하는 '소상공인 수수료 부담제로 결제서비스'는 자영업자들의 부담을 덜기 위해 도입되는 판매자-구매자 직거래 결제시스템으로, 5개 민간 결제플랫폼 사업자 및 11개 시중은행과 연계하여 결제 수수료를 전혀 받지 않는 점이 특징이다.

협회는 이번 업무협약을 계기로 최저임금의 대폭 인상과 임대료 부담 등으로 어려움을 겪고 있는 가맹점사업자들의 고통 분담을 위해 ▲소상공인의 결제 수수료 최소화 ▲회원사 참여와 이용의 적극적인 지원 ▲별도의 협의기구 구성시 구체적 방안 마련 협조 등을 위해 적극 협력해 나갈 예정이다.

한편, 이날 협약식에는 협회 김동수 상근부회장 등 ▲중소벤처기업부 ▲서울시 등 5개 광역지자체 ▲카카오페이 등 5개 민간 결제 플랫폼 사업자 ▲신한은행 등 11개 시중 은행 ▲한국프랜차이즈산업협회 등 7개 판매자 및 소비자 단체 등 총 29개 기관이 참여했다.

7번가피자-가맹점주협의회, '정률 로열티 제도 및 소통 확대' 상생협약 체결

프랜차이즈 상생 문화 확산 동참… "물품유통마진 없이 가맹점 수익 최우선 정책 지속"외식 프랜차이즈 업계 위생수준 향상 도모

(앞줄 왼쪽부터) 김태현 7번가피자 가맹점주협의회장(통영점), 양명덕 ㈜7번가사람들 대표, 양호용 이사, (가운뎃줄 왼쪽부터) 김동수 협회 상근부회장, 유영욱 공정위 가맹거래과장, 박기영 협회장, 김용남 ㈜7번가사람들 상무, (뒷줄 왼쪽부터) 임영태 협회 사무총장, 박호진 대외협력실장

최근 한국프랜차이즈산업협회 자정실천안에 이어 프랜차이즈 가맹본부들이 잇따라 상생문화 확산에 나서고 있는 가운데, 7번가피자가 가맹점주협의회와 정률 로열티 제도 등을 골자로 하는 상생협약을 체결했다.

㈜7번가사람들(대표 양명덕)은 자사 브랜드 '7번가피자' 가맹점주협의회(회장 김태현)와 지난 7월 6일 한국프랜차이즈산업협회 회의실에서 상생협약 체결식을 개최했다. 이날 체결식에는 박기영 협회장을 비롯한 협회 관계자와 유영욱 공정거래위원회 가맹거래과장 등이 함께 참석했다.

이날 협약을 체결한 7번가피자는 지난 6월 170여개 가맹점과의 상생 협력을 증진하기 위해 협회 자정실천안 및 정부 시책에 따라 본사가 직접 나서 가맹점주협의회를 구성한 바 있다.

또한 물품유통마진을 없애고 해외 선진국에 보편화된 정률 로열티 제도를 도입, 가맹점과의 상생을 모색하는 한편 가맹점사업자의 영업지역 명확화, 광고·판촉행사의 투명한 공개도 지속적으로 추진해 나갈 예정이다.

양명덕 ㈜7번가사람들 대표는 인사말을 통해 "글로벌 스탠다드인 정률 로열티 방식을 통해 본부의 물품유통마진 없이 가맹점 수익을 가장 우선시하는 정책을 펼치면서 21년간 연 평균 폐점률 1.1%를 기록하고 있으며, 앞으로도 170여개 가맹점들과의 상생과 소통을 실천해 나가겠다"고 다짐했고, 김태현 가맹점주협의회장은 "7번가피자가 장수하는 브랜드가 되기 위해 본부와 함께 최선의 노력을 경주하겠다"고 화답했다.

박기영 한국프랜차이즈산업협회장은 "7번가피자는 우리 산업이 나아가야 할 지향점인 정률 로열티 제도 도입 등 상생문화와 업계 선진화를 선도하는 모범 기업"이라고 강조했고, 유영욱 공정위 가맹거래과장도 "가맹점의 이익을 최우선시하는 비전이 참 인상적"이라면서 "자율적 상생문화의 확산을 돕기 위해 모범적 본부들에 대한 더 많은 지원을 강구할 것"이라고 말했다.

아로마무역, 중국 화장품 시장 진출

중국 주요 판매사와 MOU 체결

임미숙 아로마무역 대표(왼쪽 여섯 번째)와 중국 유통회사 관계자들이 화장품 수출 사업 관련 업무협약을 맺고 기념촬영을 하고 있다.

㈜아로마무역이 중국 화장품 시장에 진출한다.

㈜아로마무역(대표이사 임미숙)은 지난 7월 18일 중국 대표 유통회사 7개사와 중국내 화장품 유통을 위한 양해각서(MOU)를 체결했다고 7월 26일 밝혔다.

㈜아로마무역은 글로벌 향초 브랜드 '양키캔들' 한국 공식수입원으로, 국내 가맹사업 및 동남아 수출사업을 하고 있는 유통회사다. 지난 2012년 가맹사업 진출 이후 전국 150여개 매장과 충주 기업도시 내 5,200여 평에 달하는 대규모 물류센터를 보유하는 등 설립 19년차 강소기업이다.

㈜아로마무역은 최근 사업 확장과 신성장 동력 구축의 일환으로 해외 진출을 위해 홍콩 소재 중국 유통법인 '요우요우'를 인수하고 코스메틱사업부를 신설했다. '요우요우'를 통해 중국시장 진출 교두보를 확보하고, 국내 코스메틱사업부를 통해 신상품 개발과 화장품사업 진출과 관련된 핵심 업무를 진행할 계획이다.

특히, '요우요우' 초청으로 중국 온오프라인 판매 플랫폼(e-커머스 상장기업) 경영진 및 구매책임 임원 10명이 ㈜아로마무역 충주공장과 물류센터를 지난 7월18일 방문 견학한 후 MOU 협약을 맺었다. 이날 ㈜아로마 무역을 방문한 회사는 국내 대기업 규모를 능가하는 중석화그룹, 절강물산그룹, 구주통제약그룹, 메이투, 준원무역, 시안백화점, LAMA, 샤오미, B&G, 썬베이 등 10개사다. 그 중 7개사와는 ㈜아로마무역과 화장품 향초 방향제 사업 MOU 협약식을 가졌고, 3개사와는 수출 상담을 마치는 큰 성과를 보였다.

이들은 양키캔들 명동 매장, 한국화장품 음성공장, 주요 홈쇼핑사, 유명 면세점과 비지니스 협력 지자체인 경기도청과 국회 북방경제위원장을 방문했다. 특히 한-중 무역 활성화에 대한 간담회를 포함 ㈜아로마무역 뿐만 아니라, 국내 회사의 중국 진출을 위한 의미 있는 유대관계를 맺고 떠났다.

㈜아로마무역 코스메틱사업부 이영건 부사장은 "중국시장에 맞춘 마스크팩 3종 신규 론칭을 준비중에 있다"면서 "각 분야에서 최고의 역량을 가지고 있는 화장품 전문 인력은 물론, 협력사와의 강력한 파트너십을 기반으로 ㈜아로마무역이 보유한 인프라를 적극 활용해 금년 중에 중국시장에 성공적으로 자리매김할 수 있도록 최선을 다할 것"이라고 말했다.

한국프랜차이즈協, '제33기 연세대 프랜차이즈 CEO 과정' 접수

1,300여 동문들과의 인적 네트워크 통한 국내 최고 권위의 프랜차이즈 리더 산실

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 연세대학교 상남경영원(원장 이동진) 주최의 '제33기 연세대학교 프랜차이즈 최고경영자 과정'(이하 연대 FCEO 과정) 9월 12일 개강을 앞두고 수강생을 모집하고 있다.

특히 연대 FCEO 과정은 본사 창업에 관심이 있거나 창업을 준비 중인 모든 희망자들이 격변하는 경영환경에 대처할 수 있는 역량을 강화하고 각종 대안을 확인할 수 있는 계기를 제공한다. 실제 프랜차이즈의 요람인 미국의 많은 사례처럼 사업 구조를 초기부터 프랜차이즈 시스템으로 설계할 경우 향후 사업 확장 면에서 매우 용이하다.

커리큘럼은 ▲프랜차이즈의 구조와 핵심 ▲사업 구축 전략과 상권 분석 ▲노사 관리 및 분쟁 대응 ▲가맹점 모집 및 출점 전략 ▲고객 관리 전략 ▲해외 진출 법적 이슈 ▲성공 CEO 노하우 전수 등 기초부터 실무까지 프랜차이즈 사업을 위한 모든 프로세스를 다룬다.

수강생들은 연세대 상남경영원의 다양한 특전을 제공받고 수료시 연세대 총장 명의의 수료증을 수여받는다. 1,300여명의 동문들과 함께 하는 연대 FCEO 총동문회(회장 김금자)와 협회와의 적극적인 연계로 인적 네트워크 강화도 도모할 수 있다.

제33기 연대 FCEO 과정은 9월 12일부터 12월 12일까지 12주 동안 매주 수요일 오후 3시에서 6시까지 연세대 상남경영원에서 진행된다. 프랜차이즈 사업에 관심이 있거나 사업 개시를 준비 중인 모든 본사 창업 희망자부터 본사 대표·임원 등이 수강 대상이며 수강능력 심사를 거쳐 선착순으로 입학이 결정된다. 총동문회의 엄정한 심사를 거친 가맹점 100개 이상 가맹본부 대표에게는 수강료 전액, 50개 이상 대표에게는 50%를 면제해 주는 특전도 제공한다.

수강 관련 문의는 연세대학교 상남경영원 (http://sim.yonsei.ac.kr / 02-2123-4266, 6261)
또는 한국프랜차이즈산업협회(http://www.ikfa.or.kr 02-3471-8135~8)로 하면 된다.

수료생 명단

김국호 (유)창업주류함동상사 대표이사, 김성희 ㈜에스 앤 지엔피 대표, 김여진 ㈜포스원자산관리 전무이사, 김재화 화심순두부 본점 대표, 김주진 화심순두부 본점 관리실장, 김현우 조은주비트산업㈜ 이사, 김휘진 화심순두부 본점 관리실장, 류지호 ㈜주원키친시스템 대표이사, 박기현 ㈜프라임에듀넷&㈜허더즈푸드 대표이사, 박정환 ㈜하이트진로 본부장, 배남희 바나나테이블 팀장, 변서은 서연종합부동산 차장, 서성웅 피에스피에프앤디㈜ 이사, 소종근 ㈜역전에프앤씨 대표이사, 손승현 위드윈마케팅 대표, 안혜숙 레이디플라워 대표, 오지숙 ㈜대도환경 대표이사, 유정환 ㈜티에스홀딩스 대표이사, 윤경호㈜ 소울앤바디 대표

이기배 ㈜블루원코리아 대표이사, 이선민 아이벨르팜므 대표, 이승도 IT Focus 대표, 이재건 ㈜코리아툴링 대표이사, 이태승 ㈜더뱅셀렉션 대표, 임준성 ㈜후니에프앤비 대표, 장조웅 ㈜장스푸드 대표, 정상묵 전북종합주류 대표, 조정현 썬프라자 본부장, 최문정 갓세븐코스메틱 대표, 하형운 ㈜앤하우스 대표이사, 황은주 ㈜티오피퍼니처 대표이사

'제24기 프랜차이즈 최고전문가 과정' 8.30 개강

12월6일까지 15주 과정 돌입…'제36기 슈퍼바이저 전문가 과정'도 모집

한국프랜차이즈산업협회(이하 협회)가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(원장 장재남·이하 연구원)이 주관하는 '제24기 프랜차이즈 최고전문가 과정' 입학식이 8월 30일 열렸다.

이날 입학식에는 협회 임영태 사무총장이 참석, 30여명의 신입 원우들에게 환영과 격려의 뜻을 전하고 성공적인 수료를 기원했다.

프랜차이즈 최고전문가 과정은 본부 대표·임직원 또는 창업희망자 등을 대상으로 가맹본부 창업·운영 및 최고경영자의 역량 강화를 목표로 한다. 제24기 과정은 8월 30일부터 12월 6일까지 15주간 진행되며, 수료시 700여명의 동문들과 함께 하는 한국프랜차이즈전문가포럼에 가입되고 협회장 명의의 수료증을 수여받는다.

한편, 연구원은 10월 6일부터 12월 8일까지 총 10주간 진행되는 '제36기 슈퍼바이저 전문가 과정' 수강생을 모집하고 있다. 가맹본부 슈퍼바이저 및 임직원, 취업 희망자 등을 대상으로 '프랜차이즈의 꽃' 슈퍼바이저의 전문성 제고 및 역량 강화를 목표로 하며, 수료생에게는 협회가 주관하는 슈퍼바이저 자격증 응시 자격과 함께 협회장 명의의 수료장이 수여된다.

제24기 최고전문가 과정 입학식

축사를 하고 있는 협회 임영태 사무총장

김동수 협회 상근부회장, 동반위 자문위원 및 대한상사중재원 중재인 위촉

김동수 한국프랜차이즈산업협회 상근부회장이 지난 6월 대한상사중재원 중재인으로 위촉된 데에 이어 8월 동반성장위원회 유통업 분야 자문위원회 위원으로 위촉됐다.

대한상사중재원은 상거래 분쟁 예방 및 중재·조정·알선을 수행하는 중재법상 상설 법정 중재기관이다. 중재인은 당사자 동의시 법원의 확정판결과 동일한 효력을 갖는 중재판정을 내리며 국내 공공단체·기타 부문 중재인은 44명에 불과하다.

또한 동반성장위원회 유통업 자문위원회는 산·학·연 전문가 등 총 10명 내외의 위원(임기 2년) 구성되며 자문위 의결사항은 동반위 안건으로 상정돼 정책으로 추진될 수 있다. 유통업 분야의 상생협력 모델 및 동반성장 발전 방안을 논의고 이슈가 발생시 토의를 통해 해결방안을 도출한다.

김동수 상근부회장은 대한상사중재원 중재인 및 동반성장위 유통업 자문위원으로서 프랜차이즈 업계의 입장을 대변하고 유통업 및 프랜차이즈 산업의 발전을 위해 다양한 역할을 수행할 예정이다.

협회, 고용부 주최 근로조건 자율개선 위한 7,8월 정기 노무교육 시행

한국프랜차이즈산업협회가 서울 서초동 협회 교육장에서 7월 20일과 8월 30일 총 100여명의 가맹점사업자 및 예비 창업자, 가맹본부·가맹점 임직원 등을 대상으로 고용노동부 주최 근로조건 자율개선 정기 무료 노무교육을 진행했다.

주요 교육 내용은 ▲가맹주들이 근로기준법을 제대로 알지 못하여 당할 수 있는 법안 소개 및 사례 안내 ▲일자리 안정자금 등 소개 ▲프랜차이즈 가맹점에서 발생하는 주요 노동 사건 ▲노동부 근로 감독 시 점검사항 및 준비서류 ▲근로계약서 필수항목 및 작성시 유의사항 등이다.

협회는 고용노동부 '2018년 사업주 노동법교육 지원사업' 가맹분야 운영기관으로 선정돼 가맹점의 올바른 노무 관리에 따른 건전한 가맹사업 문화 정착과 사회 구성원들 간의 동반성장을 위해 노력하고 있다.

수강은 협회 홈페이지(http://www.ikfa.or.kr)에서 가능하며 문의는 협회 교육사업팀(hshan@ikfa.or.kr, 070-7919-4157)으로 하면 된다. 가맹본사에서 출장 교육을 희망하는 경우 가맹사업 전문 공인노무사들로 구성된 강사와 교육장 대관료 일부를 지원한다.

제35기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정 수료식

한국프랜차이즈산업협회가 주최하고 프랜차이즈산업연구원(장재남 원장)이 주관하는 '제35기 프랜차이즈 슈퍼바이저 전문가 과정'이 10주간의 일정을 마치고 8월 18일 프랜차이즈산업연구원에서 열린 수료식을 통해 유종의 미를 거뒀다.

35기 과정은 가맹본부에서 근무하고 있는 실무자들과 임원들 등 30여명이 참여해 지난 6월 16일부터 8월 18일까지 매주 토요일 진행됐다. 프랜차이즈, 슈퍼바이징, 상권분석, 인사노무, 가맹법률, 세무회계, 협상스킬, 마케팅 등 실무자들의 역량을 한 단계 더 강화시킬 수 있는 다양한 커리큘럼으로 진행됐다.

또한 수료생들은 협회가 주최하는 슈퍼바이저 자격증 시험 응시 자격을 부여받는 한편 한국프랜차이즈산업협회장 명의의 수료증을 수여받는 기쁨을 함께 누렸다.

한편, 36기 과정은 오는 10월 6일부터 12월 8일까지 10주 동안 진행될 예정이다.

청년강소기업위원회, 7월 정기모임

한국프랜차이즈산업협회협회 청년강소기업위원회(위원장 최성수)가 7월 12일 7월 정기 모임의 일환으로 한국짐보리(주)짐월드 탐방을 진행했다.

이번 모임에는 25명의 청강위 위원들과 박기영 한국프랜차이즈산업협회장, 임영태 사무총장, (주)짐월드 관계자 등 총 30여명이 참석했다.

박기영 협회장은 청강위 위원들에게 성공 사례와 기업가 정신 및 프랜차이즈 사업에 대한 조언을 들려주고 회사 소개, 맥포머스 시연 퍼포먼스, 최근 업계 현안에 대한 질의응답 등을 진행했다.

또한 탐방 후 박기영 협회장과 참석자들은 저녁 만찬을 함께 하며 친목을 돈독히 다지는 시간을 보냈다.

산악회, 도명산 7월 정기 등반 모임 개최

한국프랜차이즈산업협회 산악회(회장 정인기)가 7월 21일 충북 괴산군 소재 도명산 등산과 화양구곡 트레킹을 진행했다.

도명산(643m)은 속리산국립공원에 속하며 6㎞ 화양구곡의 절경을 낀 계곡미가 일품으로, 여름 산행의 최적지로 손꼽히고 있다.

도명산은 화강암으로 이루어진 바위봉과 기암석벽이 어울려 초입부터 빼어난 경관을 자랑하고, 기암괴석과 어우러진 소나무의 군락이 마치 한 폭의 동양화를 보는 것처럼 멋진 경관을 자랑하며, 산행 참가자들의 심신을 달랬다.

한편, 이날 산행은 초유의 무더운 날씨를 감안하여 산행과 트레킹 두 조로 나뉘어 진행됐으며, 참가자 전원이 안전하게 산행을 마쳤다.

여성위원회, '티오피퍼니처 탐방' 7월 정기 모임

한국프랜차이즈산업협회 여성위원회(위원장 장순옥)가 7월 18일 위원사인 경기도 남양주 소재 티오피퍼니처에서 7월 정기모임을 개최했다.

이날 모임은 장순옥 위원장과 티오피퍼니처 황은주 대표 등 10명의 위원들이 참석한 가운데 진행됐으며, 장순옥 위원장의 인사말과 황은주 대표의 회사 소개, 티오피 퍼니처의 주요 시설 등을 견학하는 순으로 진행됐다.

또한 위원들은 식사를 함께 하며 친목을 다지고 협회 및 산업 발전을 위한 소통을 나누는 유익한 시간을 보냈다. 한편, 여성위원회는 오는 9월과 11월 각각 위원회와 송년회를 겸한 회의를 개최할 예정이다.

지회 소식

대구 · 경북지회

7월 행사

대구·경북지회 봉사단 봉사활동

대구·경북지회(지회장 이재백)는 7월 25일(수) '대구 ReAction!'을 주제로 대구시 자원봉사센터 기업협의체 행사에 참가하여 대구백화점 앞 야외무대에서 [얼음물&부채 나눠주기]를 진행했다. 이번 봉사는 ㈜대구은행 봉사단, 대구광역시 시설관리공단 사랑나눔회, 공무원연금공단 대구센터, 안전보건공단, 한국제과기능장협회 대구·경북지회와 함께 진행했으며, 여름 무더위를 식힐 수 있도록 얼음물과 물티슈, 부채, 손 선풍기 등을 배부했다. 한편, 대구·경북지회 봉사단은 매월 지역아동센터를 방문하여 요리교실을 운영하는 등 꾸준한 활동을 이어가고 있다.

9월 예정

프랜차이즈 CEO 전문가과정 개설

한국프랜차이즈산업협회 대구·경북지회와 미래지역산업개발원이 주관하는 [대구 경북 프랜차이즈 CEO 전문가] 과정이 9월 13일(목)~ 12월 20일(목) 15주간 본 협회 강의실에서 진행될 예정이다.

CEO 전문과정은 프랜차이즈 설립부터 서비스 운영, 재무관리, 물류관리에 이르기까지 프랜차이즈 사업을 위한 모든 프로세스 강의와 현장 전문가들의 생생한 프랜차이즈 성공 및 실패 사례를 통하여 더욱 창의적인 프랜차이즈 경영 혁신을 꿈꾸는 분들에게 매우 유익한 과정이 될 것으로 기대되고 있다. 특히 교육과정 이후 원우회 활동으로 지속적인 상호교류가 가능한 교육과정이다.

이 교육과정의 대상자는 영남권지역에 프랜차이즈 사업체를 운영 중인 본사 CEO 및 임원, 프랜차이즈 본사 창업 희망자, 제조 및 유통, 외식 서비스업의 CEO 및 임원이며, **문의는 사무국 (053-626-7664)**으로 하면 된다.

2018년 대구 · 경북 동호회 활동

대구·경북지회는 2018년 프랜차이즈 스터디 모임, 봉사회, 산악회, 골프회를 운영 중이다. 각 동호회 활동은 매달 진행되며 주기적인 모임으로 회원사간의 친목 도모는 물론 협회 발전에 기여하는 활동이다. 이번 프랜차이즈 스터디 모임은 첫 시작으로 아침 시간을 활용하여 프랜차이즈 관련 내용을 주제로 토론발표를 진행하며, 매월 2회에 걸쳐 진행된다.

부산 · 울산 · 경남지회

7월 행사

2018 부울경지회 하계워크샵

하계워크샵

한국프랜차이즈산업협회 부울경(지회장 신영호)지회는 지난 7월 7일(토)~8일(일), 1박 2일 일정으로 진행된 하계 워크샵이 많은 회원사들과 게스트가 참석한 가운데 성황리에 마무리됐다고 밝혔다. 부울경지회 하계워크샵은 매년 프랜차이즈 강의와 토크쇼로 진행되어 왔다. 이번 워크샵 역시 한국창업전략 연구소 이경희 소장의 강의와 BHC치킨 김종옥 전무의 프랜차이즈 성공교육과정 <'스타벅스'같은 기업 키우기> 등의 강의가 진행됐다.

특히, 김종옥 전무의 '가맹점관리 및 슈퍼바이징 실전기법' 강의는 참가자들로부터 열띤 반응을 얻으며 특별 강연으로 한차례 더 진행되기도 했다.

이와 함께 부울경지회는 부산디자인센터와 함께 7월말 'BUSAN week in 호치민'에 참가하여 K-food festival에서 시식회를 진행하는 등 해외진출에도 많은 관심과 노력을 기울이고 있다. 또한, 8월 30일(목)~31일(금)에 국비지원 <FC 가맹영업> 교육을 마쳤다.

9월 예정

오는 9월에는 정기이사회 및 정기월례회(매월 셋째주 화요일)개최, FC온라인마케팅 강의가 있을 예정이다. 또한 하반기에도 회원사들을 위한 선진기업탐방, 하반기 등산회, 골프클럽원정, 프랜차이즈교육, 박람회 등 풍성하고 알찬 행사들을 지속할 예정이다.

*8월은 무더위로 정기월례회 휴회.

프랜차이즈 성공과정 교육

BUSAN week in 호치민

7월 협회 및 협회장 동정

07

03일 _ 임원연석회의 사전답사

04일 _ 소나회 4차 정기 모임
이경희 소장 교육 사업 회의
[컨소시엄] FC불공정거래예방가맹사업법 2차
한국프랜차이즈대상 관련 행안부 협의
프랜차이즈 서울/부산 박람회 홍보일정 회의(코엑스)
FC산업인의 날 기념식 답사

05일 _ [컨소시엄] FC광고마케팅2차(1)-출장교육
한국프랜차이즈대상 심사위원장(이승창 교수) 미팅
행안부 착한가게 협의
KSF 홍보업체 미팅
KSF 대행사 미팅

06일 _ 매일경제 프랜차이즈 CEO 포럼(김동수 상근부회장)
KSF 참가업체 미팅
7번가피자 상생협약식(박기영 회장 참석)
서울시 에너지절감 회의

07일 _ 부울경 지회 워크샵(박호진 실장, 7~8일)

09일 _ 프랜차이즈 실태조사 수행업체 중간보고
식약처 식품 표시, 광고에 관한 법률 하위규정안 관련 간담회
[컨소시엄] FC슈퍼바이징 5차(4)-출장 교육
[안전보건공단] 서면조사 및 인터뷰 관련 공단 협의
IFS 세일즈 회의
KSF 강남구청 업무협의
외식 대책위원회 창립모임(박기영 회장 참석)

10일 _ 식약처 정책 간담회
외식산업 동향회의
중기부 미팅
[노무교육] 출장교육-35회차

11일 _ 서울시 에너지 간담회
[노무교육] 출장교육-36회차(부산)

12일 _ '2018 한국프랜차이즈대상' 공고
[컨소시엄] FC광고마케팅2차(2)-출장 교육
청년강소기업위원회 7월 모임(짐보리 본사)

13일 _ 프랜차이즈실태조사 - 지표체계(설문) 전문가 회의

16일 _ [컨소시엄] FC서비스마스터2차(1)-출장 교육

17일 _ 2018 제2차 이사회
2018 임원연석회의(짐보리 연수원)

18일 _ 서울지방고용노동청 간담회
KSF 전체회의(산업부)
2018 대구치맥페스티벌

19일 _ [컨소시엄] FC온라인마케팅 3차-출장 교육
서울시설공단 업무협의
KSF 대행업체 미팅

20일 _ 특허청 감사과 회의
식약처 책임연구원 미팅
[노무교육] 협회 정기교육-37회차

21일 _ 7월 산악회_도명산

23일 _ [컨소시엄] FC서비스마스터2차(2)-출장 교육
프랜차이즈실태조사 설문지표 검토회의

24일 _ [노무교육] 출장교육-38회차

25일 _ 박람회 세일즈미팅
서울페이·제로페이 MOU(대한상공회의소)
프랜차이즈주간 행사 미팅
리드사 팀장 미팅

26일 _ [컨소시엄] FC빅데이터상권분석4차(1)-출장 교육
코트라 신규 사업 협의
가맹점주협의회 협회 집회
민병두 정무위원장 면담
KSF 대한상의 사업계획 보고

27일 _ [컨소시엄] FC서비스마스터2차(3)-출장 교육
'2018 한국프랜차이즈대상' 접수 마감

8월 협회 및 협회장 동정

08

01일 _ 박람회 운영위원회
KSF 입찰관련 업무협의

02일 _ [컨소시엄] FC빅데이터상권분석4차(2)-출장 교육
삼성전자 IM솔루션그룹 한국총괄 제안회의
식품 등의 표기기준 자문협의체 회의(제5차)
서비스산업 보건관리 실태조사 및 노동자 보호방안 마련 자문회의
KSF 행사 대행업체 회의

03일 _ 더프랜차이즈데이 행사장소 협의
2018 한국프랜차이즈대상 정량평가 DB작업

06일 _ 2018 한국프랜차이즈대상 서류&상생지수 평가
서울&부산박람회 관련 부울경지회 역할 협의
[노무교육] 출장교육-39회차
2018년 세계일류상품육성사업 간사기관 설명회
중소기업유통센터 코세페 관련 업무 협의
코세페 업체 방문(파리크라상 등)
박기영 회장 - 공정위 국장 미팅

08일 _ 2018 한국프랜차이즈대상 현지실사(8~9일)
연세대 FCEO과정 총동문회장 미팅
정관개정위원회 1차회의

09일 _ 연세대 FCEO과정 협의

10일 _ 2018 한국프랜차이즈대상 최종심사위원회

11일 _ [노무교육] 프랜차이즈연구원 교육-40회차

13일 _ [컨소시엄] FC서비스마스터2차(4)-출장 교육
박람회 관련 부위원장 미팅

14일 _ 박람회 세일즈 미팅

16일 _ 서울지방식품의약품안전청장 간담회
2018 코리아세일페스타 기업설명회

17일 _ 컨소시엄 전담자 직무교육

18일 _ 35기 슈퍼바이저 전문가 과정 수료식

20일 _ [컨소시엄] FC가맹점위생안전관리2차(1)-출장 교육
프랜차이즈실태조사 실무회의

22일 _ 서울지방고용노동청장 기초노동질서 등 관련 간담회

23일 _ 뉴스핌 경제토론회
동반성장위원회 유통업 자문위원회
(김동수 상근부회장 자문위원 위촉)

27일 _ [컨소시엄] FC가맹점위생안전관리2차(2)-출장 교육
[노무교육] 출장교육-41회차

28일 _ [컨소시엄]FC가맹점위생안전관리2차
KSF 제안서 발표평가

30일 _ 종일
[컨소시엄] FC가맹영업2차-출장교육(부산, 30~31일)
24기 최고전문가과정 입학식
[노무교육] 협회 정기교육-42회차
배달앱 TF팀 구성 회의

31일 _ 2019년 시행계획 수립을 위한 관계기관 간담회
KSF 프랜차이즈 특별할인전 사전설명회

하반기 한국프랜차이즈산업협회 주요 일정

09

09.05 소나회 5차 정기 모임
09.05 제1기 프랜차이즈 5.0 리더 과정 입학식
09.11 제32차 사회봉사
09.15 산악회 정기 모임

10

10.02~3 소나회 6차 정기 모임
10.06 제36기 슈퍼바이저 전문가 과정 입학식
10.18 제1회 프랜차이즈산업인의 날 기념식
10.18 2018 제19회 한국프랜차이즈대상
10.18~20. 2018 제43회 프랜차이즈서울 하반기(코엑스 C,D홀)
10.19~20 산악회 정기 모임
10.19 제33차 사회봉사

11

11.07 제1기 프랜차이즈 5.0 리더 과정 수료식
11.17 산악회 송년 산행
11.29~12.1. 2018 제44회 프랜차이즈부산(벡스코)

12

12.06 제24기 최고전문가과정 수료식
12.08 제36기 슈퍼바이저 전문가 과정 수료식
12.13 2018 송년회

한국프랜차이즈산업협회 신규회원 현황

2018 7~8

구분	업체명	브랜드명	업종	대표자	가입일
정회원	정상FC	흑돼지삼백식당	외식업	강영민	2018.07.06
정회원	㈜데일리비어	생활맥주	외식업	임상진	2018.07.12
협력회원	레이디플라워,aT플라워	레이디플라워,aT플라워	도소매업	안혜숙	2018.08.03
협력회원	농업회사법인팜앤피아㈜	팜앤피아	도소매업	박용분	2018.08.06
협력회원	고려종합주방	고려종합주방	도소매업	김인수	2018.08.27

한국프랜차이즈산업협회 9 ~ 10월 교육 일정 안내

자세한 커리큘럼 및 신청은 교육원 홈페이지 www.edukfa.or.kr 및 협회 홈페이지 www.ikfa.or.kr 참조

2018 9

교 육 명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 슈퍼바이징		
기 간	9월 6일(목)~7일(금)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	20명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자
목 적 : 프랜차이즈산업의 양 주체인 가맹본부와 가맹점사업자간의 핵심적 역할을 수행하는 슈퍼바이저를 대상으로 가맹점과의 소통, 상권, 경영수치분석 교육을 실시하여 가맹점의 매출활성화에 기여할 수 있는 능력 함양
훈련내용 : 가맹점/가맹점주/고객/경쟁사 데이터수집 및 분석 실습, 불공정거래 예방 및 분쟁사례, 가맹점 손익관리, LSM 계획수립, LSM 전략실행

2018 9

교 육 명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 온라인 마케팅		
기 간	9월 11일(화)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 부울경지회 (부산시 연제구)
교육인원	20명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자
목 적 : 소셜미디어를 활용한 판매 전략 및 효율적 브랜딩 관리 실무 능력을 함양
훈련내용 : FC 온라인 마케팅 환경분석과 목표설정, FC 매체별 온라인 마케팅 전략, FC 동영상 온라인 마케팅 전략, FC 온라인 마케팅 기획 및 효과 분석

2018 9

교 육 명	[유료교육] 제 1기 프랜차이즈 5.0 리더과정		
기 간	9월 11일(화)~12월 15일(토)	교육장소	강남구 강남대로 156길 20 정원빌딩 1,2층 교육장
교육인원	20명	비용	150만원(VAT 별도)

교육대상 : 프랜차이즈 기업 CEO 및 본부장급 임원
목 적 : 프랜차이즈 전문 경영인 육성 과 역량 강화를 통한 산업 의 부가가치 제고
훈련내용 : 프랜차이즈 기업의 미래 경영, 전략적 프랜차이즈기업의 슈퍼바이징, 프랜차이즈 마케팅, 프랜차이즈 전략적 경영과 시스템, 프랜차이즈 리스크 경영, 프랜차이즈 관계 관리, 가맹점주를 기업가 정신을 키우는 기업가육성 매뉴얼, 프랜차이즈 성장 세미나, 스타벅스 점포경영 세미나, 선진국에서 배우는 과학적 외식경영관리 노하우

2018 9

교 육 명	[무료] 가맹점 노무관리 교육		
기 간	9월 14일(금)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	50명	비용	무료교육

교육대상 : 가맹본사 임직원, 가맹점주, 예비창업자 등
목 적 : 근로기준법에 대한 소개와 사례, 실무중심의 교육을 통해 가맹점의 노동법 준수에 대한 인식개선
훈련내용 : 전자(모바일) 근로계약서 작성 및 활용법, 프랜차이즈 가맹점에서 발생하는 주요 노동사건, 상시 5인이상 사업장과 4인이하 사업장의 차이, 일자리안정자금 안내 등양

2018 9

교 육 명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 불공정거래 예방 가맹사업법		
기 간	9월 18일(화)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자
목 적 : 가맹사업법에 대한 이해 능력 익히고 불공정거래행위 주요 유형 사례 분석을 통한 갈등해결방법 수립 능력을 함양
훈련내용 : 가맹사업법 이해, 가맹계약체결/이행/종료관련법률, 갈등해결 방법 및 판례분석사업장의 차이, 일자리안정자금 안내 등

2018 10

교 육 명	[유료교육] 제 36기 슈퍼바이저 전문가 과정		
기 간	10월 6일(토)~12월 8일(토)	교육장소	프랜차이즈산업연구원(서초구 신반포로 314 임송빌딩 5층)
교육인원	40명	비용	130만원(VAT 포함)

교육대상 : 가맹본부의 슈퍼바이저 및 임직원, 매장매니저 및 개인매장 운영자, 취업희망자 등
목 적 : 슈퍼바이저의 역량 강화를 통한 슈퍼바이징의 성과증대
훈련내용 : 슈퍼바이징과 가맹사업법에 대한 이해, 가맹점 진단 및 관리방법, 가맹점의 매출 및 이익증대 스킬, 평가시험 및 팀별 발표와 토론, 부진점 진단에 따른 활성화 전략 보고서 작성과 발표, 소속회사의 슈퍼바이징 활성화 방안 작성과 제출, 슈퍼바이저 전문가 과정 능력평가, 프랜차이즈기업의 슈퍼바이징 성과증대 방안

2018 10

교 육 명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 경영 계획 수립		
기 간	10월 11일(목)~12일(금)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자
목 적 : 사업계획서의 구성, 사업 실적 및 시장환경 전망 분석기법 등의 교육을 통해 기업별 실현가능한 사업전략 및 사업계획 수립과 동시에 차년도 시장전망을 반영한 사업계획서 작성 기법 학습
훈련내용 : 경영계획개요, 가맹사업실적분석, 추정재무제표작성, FC시장현황및전망분석, FC경영전략수립, 가맹사업 부문별실행 계획수립

2018 10

교 육 명	[재직자 무료교육] 프랜차이즈 경영 계획서 작성		
기 간	10월 25일(목)~26일(금)	교육장소	한국프랜차이즈산업협회 (서초구 서초동)
교육인원	15명	비용	국비지원 무료교육

교육대상 : 고용보험 체납사실이 없고 협약을 체결한 기업의 재직 근로자
목 적 : FC본사의 사업목적 수행과 경영관리를 위한 사업(경영)계획 작성방법과 관리 방법을 위한 실무지식 습득
훈련내용 : 개설판매계획, 부문별사업추진계획, 인원인건비계획, 비용/손익/투자계획, 자금수지/재무계획, 주요경영활동계획

번호	상호	영업표지	업종	등록번호	등록일
1	소스팩토리	신일구떡볶이	분식	20180610	2018-07-02
2	바보아재막창	바보아재막창	한식	20180613	2018-07-02
3	(주)선우엔터프라이즈	퀘마	주점	20180617	2018-07-02
4	(주)에스이컴퍼니	샤브20	한식	20180612	2018-07-02
5	참숯으로꾸운닭	참숯불에꾸운닭	치킨	20180616	2018-07-02
6	대왕통닭상암점	진미대왕통닭	치킨	20180608	2018-07-02
7	(주)야푸드	유케야	한식	20180609	2018-07-02
8	나루에프엔비(나루F&B)	엠에프씨 멕시칸치킨(MFC 멕시칸치킨)	치킨	20180614	2018-07-02
9	(주)입속행복에프에스	리북집	한식	20180607	2018-07-02
10	(주)파이브딜리셔스	그릴5타코(Grill5taco)	기타 외국식	20180611	2018-07-02
11	㈜의기투합충청	키하아	일식	20180615	2018-07-02
12	박미희밥상차려주는집	박미희 밥상차려주는집	한식	20180628	2018-07-05
13	(주)청순시대	청순순두부와청국장	한식	20180626	2018-07-05
14	(주)엠케이우성	낙지애가	한식	20180635	2018-07-05
15	(주)더바른사람들	더착한커피	커피	20180627	2018-07-05
16	삼정코리아	투마리나	치킨	20180624	2018-07-05
17	성호푸드	메이탄	중식	20180636	2018-07-05
18	㈜핵가족	핵쏘	한식	20180634	2018-07-05
19	(주)브이에스에프씨	삼겹살 곱빼기 배달전문 고기한끼	한식	20180629	2018-07-05
20	(주)문패밀리	문토스트	기타 외식	20180630	2018-07-05
21	문전대박푸드	문전대박닭강정	기타 외식	20180620	2018-07-05
22	(주)라투코리아	라이스투 미튜	한식	20180621	2018-07-05
23	곱창이최고예요(수송본점)	곱창이최고예요	한식	20180625	2018-07-05
24	(주)초록배낭	초록배낭 교육여행	기타 교육	20180631	2018-07-05
25	(주)더비앤에이치	헤어1380	이미용	20180619	2018-07-05
26	(주)더비앤에이치	헤어아떼	이미용	20180618	2018-07-05
27	시그니쳐아레나	시그니쳐 아레나 PC랩	PC방	20180632	2018-07-05
28	(주)에스아이에스리테일	SIS리테일	커피	20180633	2018-07-05
29	소덤소덤	소덤소덤	한식	20180622	2018-07-05
30	(주)가업에프씨	칠성식당	한식	20180623	2018-07-05
31	해낸오버파워(주)	열정분식소	분식	20180650	2018-07-06
32	어라운드에이치큐(HQ)	A.round study cafe	기타 서비스	20180649	2018-07-06
33	파파스케어	파파스케어	기타 서비스	20180651	2018-07-06
34	(주)제이에스씨컴퍼니	정성찬	기타 외식	20180639	2018-07-06
35	만식이네와인포차	만식이네와인포차	주점	20180654	2018-07-06
36	(주)톰앤드	통달배	한식	20180648	2018-07-06
37	따다	따다 (ddada)	주점	20180638	2018-07-06
38	트로이카	트로이카 (TROIKA)	기타 외국식	20180637	2018-07-06
39	나미공작소	이케멘 돈카츠	일식	20180647	2018-07-06
40	달쫀	즉석국물떡볶이 달쫀	분식	20180646	2018-07-06
41	홍이F&B	막창품은뒷고기	기타 외식	20180645	2018-07-06
42	(주)탭퍼블릭	탭퍼블릭(TAP PUBLIC)	주점	20180644	2018-07-06
43	(주)가유에프엔비	히메노라멘	일식	20180652	2018-07-06
44	장수남도콩나물국밥	우두머리	한식	20180643	2018-07-06
45	(주)한국에프에스	대박쭈족	한식	20180640	2018-07-06
46	KDD유통	그집마늘치킨	치킨	20180641	2018-07-06
47	(주)서로다함께	미스떡볶이	분식	20180642	2018-07-06
48	(주)가르텐	세븐데이즈	이미용	20180653	2018-07-06
49	MOON푸드	문's 빨간떡볶이&빨간김밥	분식	20180656	2018-07-09
50	밀쿡컴퍼니	스끼동	일식	20180655	2018-07-09
51	미슐토산야초	어부의 밥상	한식	20180657	2018-07-09
52	반할만떡(반야월할매만두떡볶이)	반할만떡	분식	20180660	2018-07-09

ASSOCIATION NEWS - 공정위 신규등록 브랜드 2018년 07월 신규등록

번호	상호	영업표지	업종	등록번호	등록일
53	(주)더레시피	집밥이좋다	한식	20180658	2018-07-09
54	더피그컴퍼니	플레이스38커피	치킨	20180659	2018-07-09
55	코다리명가	한상차림 코다리명가	한식	20180661	2018-07-10
56	(주)푸드팩토리즈	후레쉬팩토리	기타 외식	20180662	2018-07-10
57	우리푸드시스템	피치버'S	패스트푸드	20180663	2018-07-10
58	㈜다온에프앤비	잇츠	서양식	20180664	2018-07-10
59	(주)뷰티투웰브	3.4.5 헤어살롱	이미용	20180667	2018-07-11
60	(주)디아이디코리아	원가회관	한식	20180668	2018-07-11
61	헬로푸드	헬로팬	한식	20180666	2018-07-11
62	방구방역	방구방역	기타 서비스	20180669	2018-07-11
63	(주)진영코퍼레이션	292짬떡	분식	20180665	2018-07-11
64	일번지미트	막창일번지	한식	20180670	2018-07-12
65	청춘F&B	청춘키친	분식	20180677	2018-07-13
66	아이키친	아이키친	기타 교육	20180680	2018-07-13
67	(주)라이프제화컴퍼니	라이프제화	기타도소매	20180671	2018-07-13
68	원영미트	서민식당 서서갈비	한식	20180679	2018-07-13
69	(주)네비스	닭깡	치킨	20180678	2018-07-13
70	(주)여강에프엔비	온리김치찌개(Only김치찌개)	한식	20180672	2018-07-13
71	(주)인화에프엔비	화요옥	한식	20180674	2018-07-13
72	샘랩(주)	공간샘	기타 서비스	20180673	2018-07-13
73	장수남도콩나물국밥	장수남도콩나물국밥	한식	20180675	2018-07-13
74	(주)준쿡코리아	오산조은참치	일식	20180676	2018-07-13
75	더라인	우리동네맛집 청해코다리	기타 외식	20180681	2018-07-13
76	(주)착한프랜차이즈	샤브도둑 5000 얼큰샤브샤브	한식	20180690	2018-07-16
77	공진식품	교정앞분식	분식	20180686	2018-07-16
78	추억닭발(본점)	추억닭발	치킨	20180682	2018-07-16
79	닌자푸드	두껍다회선생	일식	20180683	2018-07-16
80	(주)팀케이59	마켓 타미나(MARKET Tomina)	농수산물	20180685	2018-07-16
81	(주)코리아델로스KD	후치오스	치킨	20180689	2018-07-16
82	(주)윗필드에프시	밀밭양조장	주점	20180684	2018-07-16
83	돈까스상회	돈까스상회	기타 외식	20180691	2018-07-16
84	(주)브레인리더	브레인리더한의원	기타 서비스	20180688	2018-07-16
85	키스더쿡	KISS THE COOK	서양식	(키스더쿡)	20180687
86	㈜사이드쇼	사이드쇼	분식	20180698	2018-07-17
87	농업회사법인인리치푸드(주)	일이육삼	기타 외식	20180697	2018-07-17
88	원앤원	대만 류형 닭날개볶음밥	기타 외국식	20180694	2018-07-17
89	플랜비	티앤북스(TEANBOOKS)	기타 서비스	20180695	2018-07-17
90	(주)한국씨앤씨그룹	나르샤(Narsya)	배달	20180693	2018-07-17
91	K&S컴퍼니	삶다 오로지 족발	한식	20180692	2018-07-17
92	(주)성웅에프씨에스	델리파이브	서양식	20180696	2018-07-17
93	(주)아트체어	아트파이브	기타 교육	20180699	2018-07-18
94	스시투어	스시투어	일식	20180701	2018-07-18
95	엉클상회	엉클박스	분식	20180703	2018-07-18
96	명동찌개마을	양정 명동찌개마을	한식	20180702	2018-07-18
97	(주)박낙원그룹	낙원스낵	피자	20180705	2018-07-18
98	(주)박낙원그룹	낙원타코	기타 외국식	20180704	2018-07-18
99	(주)디딤돌푸드시스템	스톤 336	한식	20180700	2018-07-18
100	(주)놀부	플라잉바베	기타 외식	20180710	2018-07-19
101	(주)놀부	지금 출발했어요	기타 외식	20180709	2018-07-19
102	(주)캔즈코리아	브루웍스	주점	20180707	2018-07-19
103	(주)놀부	방콕포차	기타 외식	20180706	2018-07-19
104	오늘은맑음	오늘은 맑음	분식	20180713	2018-07-19

KFA 한국프랜차이즈산업협회 윤리강령

개정 2016. 06. 30

전 문

한국프랜차이즈산업협회 회원사는 윤리경영의 시대적 사명감을 안고 합리적이며 투명한 경영활동과 공정한 거래질서를 확립함으로써 사회적 책임을 다하는 건전한 프랜차이즈 산업문화를 지향한다.
또한 프랜차이즈산업을 국가 성장에 기여하고 부가가치가 높은 산업으로 발전시키기 위해 역량을 집중시켜 가맹본부와 가맹점, 소비자가 함께 동반상생 할 수 있도록 올바른 행동과 가치판단의 기준으로 윤리강령을 제정한다. 이에 세부행동 지침을 마련하여 신뢰를 높이고 프랜차이즈 산업에 대한 인식제고를 통한 회원사의 권익증대에 이바지 하고자 한다.

Ⅰ. 기본강령

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전
   회원사는 국가 경제 성장에 기여하며, 나아가 프랜차이즈 산업의 지속적인 발전을 위해 최선의 노력을 다한다.
2. 신뢰와 협동
   회원사는 가맹본부와 가맹점간의 상생의 중요성과 필요성을 인식하고 다양한 상생협력 방안 도입 및 서비스 제공의 질적 향상과 프랜차이즈 산업의 동반성장을 위하여 협력한다.
3. 공정한 경쟁과 거래
   회원사는 관련 법규의 철저한 준수를 통하여 공정 경쟁질서 확립 및 자율적 경쟁거래를 수행한다.
4. 기업의 사회적 책임 이행
   회원사는 사회공헌 활동에 적극 참여하고 봉사하여 기업의 사회적 책무를 다한다.
5. 동반상생을 통한 기반 마련
   회원사는 기업 및 가맹점, 고객의 상생을 통한 협력을 도모하기 위해 최선을 다한다.

Ⅱ. 행동지침

1. 국가 경제 성장 동력 및 프랜차이즈 산업의 발전
   가. 회원사는 국가 경제 성장에 기여하고 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 최선을 다한다.
   나. 회원사는 물적, 인적 시스템을 구축 강화해 경쟁력을 높이고 수익 개선을 위한 다양한 제도 개선에 적극적으로 앞장선다.
   다. 회원사는 정확하고 과학적인 정보를 바탕으로 프랜차이즈 산업의 발전을 위하여 지속 노력한다.
2. 신뢰와 협동
   가. 회원사는 상호간의 건전한 영업활동을 존중한다.
   나. 회원사는 어떠한 표현방법에 있어서도 가맹점주가 되고자하는 고객을 기만하거나 오인하지 않도록 준수한다.
   다. 회원사는 다른 기업의 상표, 상호, 회사명, 표어 또는 기업을 식별하는 기타 표지를 모방하지 않는다.
   라. 회원사는 가맹점주 또는 잠재고객에게 가맹계약과 관련된 모든 정보를 서면으로 충분하고 정확하게 제공하여야 한다.
   마. 회원사는 가맹점주 또는 잠재고객에게 사전공시에 관하여 헌법 또는 법률에 규정되어 있는 사항을 충분히 준수하여야 한다.
3. 공정한 경쟁과 거래
   가. 회원사는 자유경쟁 원칙에 따라 시장경제질서를 존중하고 제품과 서비스의 품질을 통한 선의의 경쟁을 도모한다.
   나. 회원사는 제반 법규를 철저히 준수하며 상도의에 따라 공정하게 경쟁한다.
   다. 회원사는 비방광고 및 과장광고를 지양한다.
   라. 회원사는 프랜차이즈 관계에 있어 중요한 사항은 모두 계약서에 기입하여야 하며 양 당사자의 권리와 의무를 지키기 위해 노력한다.
4. 기업의 사회적 책임 이행
   가. 회원사는 사회적 책임을 다하고 가격 및 상품의 동질성을 앞세워 지역 간 소비자 후생의 격차를 해소하여 국민 후생 증대에 기여한다.
   나. 회원사는 국민들의 건전한 감시를 겸허히 수용하며, 사회적 신뢰구축에 최선을 다한다.
   다. 회원사는 사회복지 참여 프로그램을 통한 기부, 모금, 지원, 나눔 행사 등의 사회공헌활동에 적극 동참한다.
5. 동반상생을 통한 기반 마련
   가. 회원사는 산업 구성원과의 상호 신뢰와 협력이 바탕이 된 동반성장 시스템을 구축함으로써 공존공영(共存共榮)을 실현하고 조화로운 발전을 추구한다.
   나. 회원사는 대기업과 중소기업 간의 상생발전을 위한 기반 마련에 적극 협조한다.
   다. 회원사는 가맹점주의 영업 운영능력을 개선·향상시키도록 권장하고 그 능력 향상에 필요한 교육, 훈련을 지속적으로 제공한다.
   라. 회원사는 공정하고 투명한 기업문화 환경 조성을 위해 가맹본부와 가맹점주 간의 합리적인 의견소통을 이끌고 불평, 고충 및 논쟁의 해결에 있어서 신뢰와 선의에 입각해 모든 노력을 기울인다.

Ⅲ. 윤리·분쟁조정위원회의 설치

가. 본 윤리강령 및 행동지침의 목적을 효과적으로 달성하고, 회원사 및 고객과의 분쟁을 조정하기 위하여 한국프랜차이즈산업협회 내에 '윤리 분쟁조정위원회'를 설치·운영한다.
나. 윤리 분쟁조정위원회의 구성, 운영 및 심의 절차 등에 대한 세부사항은 별도의 운영기준으로 정한다.
다. 회원사의 윤리강령 관련한 조정 요청이 있을 경우 윤리 분쟁조정위원회는 위원회 규정에 따라 필요한 조치를 취할 수 있다.

KFA 한국프랜차이즈산업협회

교육장 세미나실 대관

최적의 교육/세미나 장소

협회 내에서도 직접 교육을 진행하고 있는 만큼
교육, 세미나에 있어서 최적화된 공간입니다

최적의 접근성

서초역 1번 출구 2분거리에
위치하여 가장 접근성이 좋은교육장입니다

이런 분들에게 추천합니다.

·비즈니스 세미나, 간담회, 설명회 등의 공간을 대여하길 희망하는 기업 관계자
·직원 교육을 목표로 프로그램을 진행할 공간을 찾으시는 인사 총무 담당자
·프로그램 설명, 입시 설명회, 면접 설명회 등 적당한 장소를 찾으시는 교육/채용업 관계자

교육장 안내

·희망실: 70~90명 / 창조실: 30~40명
·빔프로젝트, 게시판, 유무선 마이크, 이동식 화이트 보드 (장비대여 가능)
·휴게실, 무선인터넷 사용 가능, 예약 대관 (2주전), 기본 2시간 신청 **(협회 회원사 할인혜택)**
·지하철(2호선 서초역), 버스 541,740, 서초21, 3200, 9100, 9300 (주차 불가, 서초역 주변 공영 주차장 활용)

문의 : 한국프랜차이즈산업협회 교육사업팀(070-7919-4147)

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association
신뢰의 가치로 성장을 함께 나눕니다.
서울시 서초구 서초대로 248, 월헌빌딩 2층,

WWW.IKFA.OR.KR

회원사 혜택 / 회원가입 신청서

한국프랜차이즈산업협회는 프랜차이즈 산업발전과 회원의 권익 향상을 위해 설립되었으며 이를 위한 각종 사업을 진행하고 있습니다.

·WFC(세계프랜차이즈이사회) 정회원·APFC(아시아태평양프랜차이즈이사회) 정회원사입니다.

프랜차이즈 산업인의 큰 힘이 되어드립니다! **프랜차이즈 산업인의 권익 대변** 한국프랜차이즈산업협회에 가입된 모든 회원사는 가맹사업진흥법과 가맹사업법으로부터 철저한 보호를 받을 수 있습니다	성공 창업의 요람! **프랜차이즈산업박람회 참가** **국내 최대 규모 프랜차이즈산업박람회! 부스 참가 시 10%의 할인 혜택을 드립니다.**
해외진출을 꿈꾸는 회원사에게! **산업시찰 및 해외진출 지원** 프랜차이즈 가맹본부의 글로벌한 영업 확장을 위해 해외 진출 사업을 통한 다각적인 지원을 도와드립니다.	프랜차이즈 전문가를 향한 **프랜차이즈 실무교육** 가맹사업법, 시행령 개정 법안 수시 교육, 프랜차이즈지도사, 슈퍼바이저 전문가, 외식경영관리사, 맥세스 실무형 과정 등 각종 협회 교육 수강료를 할인해드립니다
가맹계약서, 분쟁 조정 사항 등 **법률·세무·자문 및 정책 정보제공** 피해 및 분쟁 발생 시, 또는 법률·세무 자문과 정책 정보가 필요한 회원사에게 변호사, 회계사, 세무사 등 자문위원과의 상담 기회를 제공합니다.	최고경영자(CEO)대상 **윤리준수교육 프로그램** 프랜차이즈 산업의 위상을 높이고 최고경영자(CEO) 수준을 향상시키는 것은 물론 글로벌시대에 맞는 윤리경영의식을 함양시켜 드립니다.
학사 및 석사 **장학금등 학위 과정 혜택** 협회인재육성장학, 가천대 글로벌프랜차이즈학 석사학위과정 장학금혜택, 세종대 FC MBA과정, 서경대·신흥대 직장인 학사과정, 기타 최고위 과정(연세대 FCEO 과정 추천) 등의 등록 혜택을 받을 수 있습니다.	CEO포럼, 법률 세미나 등 **포럼·세미나·컨벤션 행사 참가** 정기 프랜차이즈 전망세미나, 프랜차이즈 법률 심포지엄, 성공창업전략 세미나, 프랜차이즈 해외진출 세미나 등 다양하고 알찬 행사에 참가할 수 있습니다
새로운 홍보 플랫폼 **홈페이지·잡지·신문·미디어 홍보** 프랜차이즈의 미래를 위한 희망의 전파! 각종 회원사 홍보, 인터뷰 및 행사 정보를 협회 홈페이지 및 각종 매체와 공유 할 수 있습니다.	300명 수용 가능한 **교육장 임대** 사업설명회, 교육 및 홍보장소로 활용할 수 있는 협회 교육장을 20% 할인된 가격에 임대할 수 있습니다 ·4시간 이상 기준
각종 규제 개선 건의 **대정부 정책 건의** 가맹사업법, 프랜차이즈진흥법 등 법안 제정 및 개정에 적극 참여할 수 있습니다.	프랜차이즈산업협회 지정업체 **B2B 사업 혜택** 프랜차이즈협회의 지정 업체인 사무용품, 꽃배달서비스, 배달앱, 복지몰 등에서 각종 서비스를 저렴하게 이용할 수 있습니다.
프랜차이즈 산업인들과의 정기적 교류 **친목 프로그램 참가** 임원사 정기 골프회, 정회원·협력회원을 위한 산악회, 체육대회, 송년회, 봉사활동 등 따뜻한 교류 프로그램에 참가할 수 있습니다	프랜차이즈산업협회 가맹점주를 위한 **국민은행, 외환은행 대출서비스 혜택** 협회 회원사 대상 전용 대출 상품을 제공합니다. (최저금리 연 3.5% 16. 08.08일자 신용1등급 기준) * 개인 신용 등급에 따라 차이 발생

☎ 회원가입 관련문의: Tel. 02)3471-8135~8, 070-7919-4155(직통)

※ KFA 홈페이지: http://www.ikfa.or.kr / **주소:** 서울특별시 서초구 서초대로 248(서초동, 월헌빌딩 2F, B1)

신 청 인 정 보

☐ 정회원 ☐ 협력회원

사 진 (3cmX4cm)	회 사 명		전화번호	
	브랜드명		휴대전화 (대표자)	
	대표자명		팩 스	
	대표자 (주민등록번호)		이메일 (대표자)	
회사주소				
홈페이지			업 종	
담당직원	이름 :	Tel :	가입경로	☐ 홈페이지 ☐추천인( ) ☐기타( )
계좌정보	☐ 개인 / ☐ 법인통장		출금일자	매월 ☐5일 / ☐14일 / ☐28일
회사명			계좌번호	
대표자명			주민등록번호 (사업자등록번호)	
월납입액	금 원 (₩)		협회계좌번호	국민은행 644837-04-001180 * 외환은행 630-008754-827 예금주:한국프랜차이즈산업협회

【CMS 출금이체 약관】

1. 위의 본인(예금주)이 납부하여야 할 요금에 대하여 별도의 통지 없이 본인의 지정출금 계좌에서 수납기관이 정한 지정 출금일(휴일은 경우 다음 영업일)에 출금대체 납부하여 주십시오.
2. 출금이체를 위하여 지정출금계좌의 예금을 출금하는 경우에는 예금약관이나 약정서의 규정에 불구하고 예금청구서나 수표 없이 출금이체 처리 절차에 의하여 출금하여도 이의가 없습니다.
3. 출금이체 지정계좌의 예금 잔액(자동대출약정이 있는 경우 대출한도 포함)이 지정 출금일 현재 수납기관의 청구금액보다 부족하거나 예금의 지급 제한 또는 약정대출의 연체 등으로 대체납부가 불가능한 경우의 손해는 본인의 책임으로 하겠습니다.
4. 지정 출금일에 동일한 수종의 출금이체청구가 있는 경우의 출금 우선순위는 귀행이 정하는 바에 따르도록 하겠습니다.
5. 출금이체 신규 신청에 의한 이체 개시일은 수납기관의 사정에 의하여 결정되며, 수납기관으로부터 사전 통지받은 출금일을 최초 개시일로 하겠습니다.
6. 출금이체 신청(신규, 해지)은 해당 납기일 30일 전까지 신청서를 제출하여야 합니다.
7. 출금이체 신청에 의한 지정계좌에서의 출금은 수납기관의 청구대로 출금키로 하며 출금액에 이의가 있는 경우에는 본인과 수납기관이 협의하여 조정키로 합니다.
8. 출금이체금액은 해당 지정 출금일 은행 영업시간 내에 입금된 예금(지정출금일에 입금된 타 점권은 제외)에 한하여 출금처리 됩니다.
9. 연회비는 매년 1월에 한하여 징수하며 1월 이외 중도 가입시에는 월회비로 납부합니다.
10. 이 약관은 신청서를 수납기관에 직접 제출하여 출금이체를 신청한 경우에도 적용합니다.

【금융거래정보의 제공 동의서】

본 신청과 관련하여 본인은 다음 금융거래정보(거래은행명, 계좌번호)를 출금이체의 목적을 위하여 신규신청 하는 날로부터 해지신청하는 시점까지 상기 수납기관에 제공하는 것에 대하여 「금융실명거래 및 비밀보장에 관한 긴급제정경제명령」의 규정에 따라 동의합니다.

【개인정보의 제공 동의서】

위 본인은 개인정보보호법 「제15조(개인정보의 수집·이용)」의 규정에 따라 본인의 개인정보를 회원가입의 목적을 위하여 신규신청하는 날로부터 해지 신청하는 시점까지 사단법인 한국프랜차이즈산업협회에 제공하는 것에 대하여 동의합니다.

모든 약관동의 (☐동 의 / ☐미 동 의)

[관련문의] Tel)070-7919-4155 [필수구비서류] 사업자등록증사본, 회사소개서, 정보공개서, 대표이력서

[협회연락처] Tel)3471-8135~8 Fax)3471-8139 mail)hm@ikfa.or.kr 주소)서울시 서초구 서초대로 248(월헌빌딩 2층) 우)06647

상기 본인은 사단법인 한국프랜차이즈산업협회 정관 제7조에 의거
위와 같이 회원으로 가입하고자 신청합니다.

신청일자 201 년 월 일

회 사 명 :

대 표 자 : (인)

KFA 한국프랜차이즈산업협회
Korea Franchise Association

월간 프랜차이즈월드 Franchise WORLD

정기구독 안내

프랜차이즈월드는 150만 한국프랜차이즈산업인들의 현장 및
활동상을 탐사 기획하고 산업에 대한 정부 정책 수립에 대응하며,
프랜차이즈산업인들 상호 간에 유기적인 소통의 장으로
회원사를 널리 알리는 협회 공식월간지입니다.

■ 전국 교보, 영풍, 알라딘, 예스24 등 온,오프라인 서점에서도 구매하실 수 있습니다.

구독료 안내

1년 구독료 **100,000원** / 2년 구독료 **160,000원**을 아래 계좌로 입금하신 후
전화 (02)556-7889, 팩스 **(02)556-5281**로 받으실 주소를 알려주십시오.
값 : **1권 10,000원 / ㈜KFN애드콤 /** 입금계좌 : **하나은행 389-910002-30504**

광고단가 안내 *연 10회 광고시 30% 할인(부가세 별도)

구분	유형	금액	수량	크기 (가로×세로/mm)
1	표 4	500만원	1면	전면컬러 226×296 (300dpi해상도의 ai,psd파일)
2	표 2	350만원	1면	
3	표 2 대면	300만원	1면	
4	표 3	300만원	1면	
5	표 3 대면	250만원	1면	
6	목차 대면	250만원	1면	
7	내지	200만원	1면	

광고, 콘텐츠 , 구독 제안

*광고료 부가세별도

프랜차이즈월드

- 광고 1P 기본 200만원(내지) : 10회 게재시 30% 할인
- 콘텐츠 2P + 광고 1p : 300만원
- 월간프랜차이즈월드 월구독 1만원

한국프랜차이즈산업신문 온라인 광고

- 배너 월50만원(연 500만원)
- 청약브랜드 기사 무제한게재 (보도자료 제공시)

창업도 온라인 광고

- 메인화면 월 30만원(연 300만원)
- 서브화면 월 5만원 (연 50만원)

프랜차이즈월드 구독시 혜택

- 한국프랜차이즈산업신문 기사 월1회(보도자료 제공시)
- 창업도 프랜차이즈 브랜드 노출

- 위치 서비스 - 매장위치 등록 노출(티맵 등 36개 업체사) 무료
- 알바천국 - 구인등록 무료 제공 (점프업 1일 3회)
- 직원 근태관리 어플 무료 제공
- 프랜차이즈 전용 CMS
- 상담문의 : (www.cms.kr)**1600-2296**

귀사의 발전과 마케팅을 위하여 최선을 다하겠습니다.

Since 1991 종합광고대행사 **KFN애드콤** ☎02.556.7889

www.gymboreeclasses.co.kr

놀이만큼 신나는
애착육아가 또 있을까?

아이는 엄마와의 애착을 통해
자아를 키우고, 세상을 배웁니다.
혼자 놀게 하지 마세요. 짐보리 애착육아를 시작하세요.
엄마와 눈을 맞추고, 체온은 느끼고, 함께 바라보는
짐보리 놀이 프로그램이 엄마가 꿈꾸는 행복한 아이로 키웁니다.

짐보리에서 함께 놀아주세요. 애착육아를 시작하세요.

GYMBOREE PLAY & MUSIC

전 세계 45개국 300만여 명 회원이 선택한 글로벌 프리미엄 영·유아 놀이 프로그램
짐보리와 함께 새로운 미래를 열어갈 비즈니스 파트너를 모집합니다.

상담문의 : 02-6714-2220

IFS INTERNATIONAL FRANCHISE SHOW

대한민국 최대규모 창업 상담 전시회

프랜차이즈 서울/부산

“ 성공으로 가는 최선의 선택
지금 사무국과 상의하세요! ”

프랜차이즈 서울 하반기	프랜차이즈 부산
2018. 10. 18 – 20 코엑스	2018. 11. 29 – 12. 1 벡스코

www.franchiseseoul.co.kr

Host | KFA 한국프랜차이즈산업협회 Korea Franchise Association

Organizer | Reed Exhibitions® coex

프랜차이즈 서울 전시 사무국 **T.** 02-6000-1564 / 1562 **F.** 02-6944-8378 **E.** ifs_info@naver.com